

**JUVENILIZACIÓN DE PRÁCTICAS LABORALES, COMO FORMAS  
EXPLICITAS DE LA HEGEMONIA DEL MERCADO GLOBAL EN  
ORGANIZACIONES DE LA CIUDAD DE BOGOTA.**

**MILTON IVAN AGUILERA ÁVILA  
ZAIDA MAYERLY NARANJO GOMEZ  
VIVIANA SOTELO JIMENEZ**

**UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA  
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS  
PROGRAMA DE PSICOLOGIA  
BOGOTÁ D.C, I SEMESTRE - 2015**

**JUVENILIZACIÓN DE PRÁCTICAS LABORALES COMO FORMAS  
EXPLICITAS DE LA HEGEMONÍA DEL MERCADO GLOBAL EN  
ORGANIZACIONES DE LA CIUDAD DE BOGOTÁ.**

**MILTON IVÁN AGUILERA ÁVILA  
ZAIDA MAYERLY NARANJO GÓMEZ  
VIVIANA SOTELO JIMÉNEZ**

**Trabajo de grado para obtener el título de Psicólogo**

**Asesor: GERMÁN ANDRÉS CORTÉS MILLAN  
(Psicólogo)**

**UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA  
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS  
PROGRAMA DE PSICOLOGIA  
BOGOTÁ D.C., I SEMESTRE – 2015**

### **Dedicatoria**

Dedicamos esta investigación a nuestras familias, pues fueron nuestro soporte en cada etapa de esta Juvenilización, a nosotros mismos por la convicción y unión que mantuvimos al realizar este trabajo.

## **Agradecimientos**

Agradecemos inmensamente a nuestras familias por su apoyo constante, comprensión y total cariño, al departamento de audiovisuales de la Universidad especialmente a Madeleine Contreras auxiliar de audiovisuales por su paciencia y apoyo en este tiempo de investigación, a nuestro asesor tutor y profesor Germán Cortés por incentivar un pensamiento crítico en nuestra formación.

## Tabla de contenido

Resumen .....	7
Introducción .....	8
Justificación .....	9
Problemática .....	10
Pregunta Problema.....	14
Objetivos.....	14
Marco Conceptual .....	15
Capítulo 1: Contexto Global .....	15
Monopolización de las Dinámicas del Mercado Global.....	15
La Globalización Como Recurso Hegemónico .....	17
Sistema de Alineación del Mercado Global .....	20
Capítulo 2: Juvenilización, esquema de innovación o de opresión global.....	22
Sujeto Juvenilizado, Símbolo de vanguardia y las demandas posmodernas .....	24
Categorías Juvenilizadoras .....	26
Capítulo 3: La organización como artífice de prácticas de juvenilización a través del control .....	27
Tipología del Trabajador “Modelo ideal en la Organización” .....	29
Formas de Dominio a través de los Discursos Organizacionales .....	30
Juvenilización y Organizaciones .....	32
Visión de la Organización desde la Psicología Crítica.....	32
Sentido Del Trabajo, organizaciones y Coyunturas sociopolíticas en Colombia.....	34
Marco Metodológico .....	38
Tipología de la investigación.....	39

Estrategia Metodológica .....	39
Población y Muestra .....	40
Fases .....	40
Cronograma .....	41
Categorías Conceptualizadas .....	41
Análisis de Resultados .....	42
Discusión y Conclusiones .....	47
Recomendaciones.....	52
Anexos .....	53
Anexo N°1. Cronograma de Investigación.....	53
Anexo N°2. Registro Fotográfico .....	54
Anexo N°3. Instrumento de recolección de datos (Entrevista semi – estructurada)	
Entrevista aplicada sujeto 1 .....	58
Entrevista aplicada sujeto 2 .....	69
Entrevista aplicada sujeto 3 .....	81
Entrevista aplicada sujeto 4 .....	86
Anexo N°4. Índice de Tablas – Matriz de análisis	
Matriz del sujeto 1 .....	93
Matriz del sujeto 2 .....	101
Matriz del sujeto 3 .....	110
Matriz del sujeto 4 .....	116
Referencias Bibliográficas .....	123

## Resumen

Desde la psicología del trabajo y las organizaciones, muchas investigaciones se han enfocado especialmente a estudiar el comportamiento del sujeto en el mundo laboral, donde se proponen conocer nuevas formas de mejorar el rendimiento y productividad de los trabajadores de acuerdo a los intereses de la organización. De ahí surge la intención de indagar desde la psicología social crítica sobre las prácticas laborales relacionadas al fenómeno de Juvenilización, que las organizaciones han adquirido a partir del proceso de globalización y el mercado mundial que aún no sean tenido en cuenta, buscando quizá a través de discursos hegemónicos, un tipo de sujeto acorde a los intereses de la organización, tal vez sin contemplar que hace parte de un contexto social.

**Palabras Clave:** Globalización, Mercado global, Juvenilización, Organizaciones, prácticas laborales, discursos, hegemonía

## **Juvenilization labor practices as explicit forms of hegemony of the global market organizations in the Bogota city**

### Abstract

From the psychology of work and enterprises, many researches have been especially focused on the subject's behavior in the work world; where they proposed learn new ways to improve the performance and productivity of workers according to the interest of the organization. From there, the critic social psychology investigates about the labor practices related to phenomenon of juvenilization that organizations have acquired from the process of globalization and the world market which are not taken into count, looking through hegemonic speeches, a type of subject according to the interests of the organization, maybe without considering that is part of a social context.

### **Keywords:**

Globalization, Global Market, juvenilization, Organizations, labor practices, speeches, hegemony.

## **Introducción**

En el mundo laboral existen diferentes tipos de organizaciones quizá con diversas actividades económicas, pero con un factor en común: los sujetos trabajadores que las conforman, los cuales son partícipes de prácticas laborales establecidas a partir de los procesos globales, ya sean de carácter social, político o económico que de una u otra forma impactan tanto a las organizaciones como al sujeto trabajador. Dichas prácticas se manifiestan a través de simbologías, tendencias o discursos inmersos en el mercado global, pero que generan un valor agregado en aquellas organizaciones que buscan expandirse globalmente.

Es así como en medio de estos procesos globales emerge un fenómeno social de gran influencia en la sociedad, conocido como juvenilización, el cual se caracteriza por el uso de símbolos y lenguajes “juveniles”, los cuales han asumido las organizaciones, convirtiéndolos en un aliado para crear tipologías de sujetos acordes a sus expectativas y tendencias de consumo a nivel mundial.

Todo ello hace posible visibilizar aspectos significativos de este fenómeno, y en cuanto a sus efectos la forma en que las organizaciones han obtenido ganancias por medio de la juvenilización de sus prácticas. Esta investigación pretende mostrar una visión más amplia a cerca del sujeto no solo como ser trabajador, sino como ser social que puede proyectarse más allá de un sujeto productivo.



### **Justificación**

Este proyecto de naturaleza cualitativa busca profundizar tanto de manera descriptiva como interpretativa, y ciertamente exploratoria un tema, que hasta el momento es visto desde la psicología del trabajo y las organizaciones, como es el caso de las prácticas laborales desarrolladas a partir de las dinámicas de una u otra manera innovadoras y creativas. Así mismo se ajustan a las demandas contemporáneas, que por su impacto global se instauran en el tiempo logrando ser imitadas rápidamente, quizá por el éxito de la divulgación de una idea, la gestión, la administración de los recursos humanos, físicos, y financieros de la organización sin interesar el contexto en el que se desenvuelve.

De acuerdo a lo anterior es importante señalar que las organizaciones nacionales al asumir estas prácticas hacen que el sujeto trabajador aparentemente se incorpore, y se instale en marcos de alineación bajo políticas, normas, valores y discursos establecidos dentro del proceso de la globalización; en donde las capacidades del sujeto, podrían verse manipuladas de acuerdo a los intereses de la organización, quizá involucrando figuras de poder para lograr un crecimiento lucrativo significativo, que eventualmente puede devaluar el potencial humano.

De ahí surge la intención de indagar sobre las prácticas y aspectos laborales relacionados con la Juvenilización, que las organizaciones posiblemente han adquirido a partir del proceso de globalización y las tendencias del mercado mundial, buscando quizá a través de discursos hegemónicos, un tipo de sujeto acorde a las necesidades o intereses de la organización, tal vez sin contemplar que hace parte de un contexto social específico.

Para llevar a cabo esta investigación se hace necesario conocer y profundizar en las prácticas laborales, las estructuras organizacionales al igual que la forma como estas prevalecen en la realidad de los sujetos en Latinoamérica, incluyendo Colombia y teniendo en cuenta aspectos como la legislación del país, el desarrollo socio-económico y cultural, además en la forma que interactúan e inciden en el sujeto.

De acuerdo a lo anterior es importante mencionar que según (Malvezzi, 2002) *“la lógica de las nuevas realidades inicia con los cambios que se generan a raíz de la globalización, ya que en el universo de los negocios los efectos pasan a las organizaciones, para posteriormente incidir en el mundo del trabajo y finalmente a las personas que trabajan (o no), lo cual indica que también afectan el contexto social”*.

Por consiguiente es importante señalar que desde la psicología social el estudio de las organizaciones se puede centrar fundamentalmente en la indagación de las interacciones entre los individuos que estas producen, ya que en contextos organizacionales se hace posible decodificar y establecer las conductas de los sujetos, a través de ideas valores y creencias. (Schvarstein 1992) señala en este sentido *“que lo determinado como la identidad de las organizaciones define las formas de vínculo en las relaciones entre sus integrantes; advierte además que por medio de las tecnologías en uso, se transforma la realidad que incide en los procesos de la adjudicación de roles de los sujetos es así como se concibe una acción organizada y homogénea en el marco de la heterogeneidad de sus componentes”*.

Dicho lo anterior se pretende realizar una descripción en las prácticas de organizaciones que se encuentran instauradas en Colombia, en este caso en dos de ellas establecidas en la ciudad de Bogotá tales como son una multinacional mexicana y una entidad distrital, en donde se precisara de ser posible las distintas maneras que utilizan para llevar a cabo la gestión organizacional que tipo de categorías juvenilizadas se emplean y si las mismas contribuyen o no, a los sujetos trabajadores.

### **Problemática**

En un mundo globalizado en el que los factores sociales viven inmersos en la cotidianidad de los sujetos y específicamente en su ámbito laboral, pueden llegar a evidenciarse ciertos aspectos que inciden en la multidimensionalidad del mismo, como por ejemplo el aumento de sus responsabilidades, la demanda de conocimientos específicos, las relaciones interpersonales, formación en nuevas tecnologías, y nuevas tendencias del mercado, lo cual invita a cuestionar aspectos importantes relacionados

con las prácticas laborales, que son presentadas como innovadoras o llamativas, a través de símbolos o lenguajes propios de la juvenilización y que influyen en la vida de los sujetos.

Para dar claridad sobre los temas a tratar es importante mencionar a la economía y la globalización, que a partir de los años 50 Milton Friedman implementaba un “shock” que significa principalmente un impacto o golpe, de tipo económico en el que los gobiernos se beneficiarían de las crisis económicas, pero en sectores sociales menos favorecidos se generaría conmoción y confusión (Klein 2007).

De acuerdo a lo expuesto, los gobiernos gestaron medidas impopulares de choque económico, estas ideas fueron implementadas en primera instancia en Sudamérica favoreciendo el libre mercado, la privatización, entre otros, generando problemas sociales como el desempleo. Estas políticas tuvieron consecuencias en todos los niveles de las sociedades de la gran mayoría de continentes, pues tras las secuelas de los diferentes desastres las personas solo se preocupaban por sus necesidades diarias familiares dejando a un lado los intereses políticos y económicos de cada nación (Klein 2007).

De ahí que al momento de surgir estos cambios, se implementaron distintas medidas económicas y sociales en diferentes organizaciones trasnacionales, dando cabida a prácticas que permitirían impulsar quizá el capitalismo, a través del mercado de la mano de lenguajes y símbolos juveniles que permitan ser más llamativos al consumidor, tal vez como estrategia de las grandes corporaciones en su afán de llegar a nuevos mercados.

Carmejo (2008) menciona que *“hoy en día puede ser notorio que la economía, se basa en modelos europeos o norteamericanos, además de la globalización que trae como consecuencia el Incremento en las exportaciones, mayor acceso a la información, innovaciones tecnológicas, demanda de consumo de nuevos productos que anteriormente no eran accesibles como también la condonación de deudas a países del tercer mundo, permitiendo así los tratados de libre comercio con EEUU y La Unión Europea”*.

Por ende los países en vías de desarrollo son incluidos quizá con el fin fortalecer a las grandes organizaciones de origen occidental y sus prácticas organizacionales, se establecen sucursales que permiten aumentar rentabilidad y a su vez un mejor posicionamiento dentro del mercado global, de manera que Colombia no es la excepción pues es parte del proceso de globalización. (Castells 2001)

De modo que lo anterior posiblemente puede generar una percepción internacional de Colombia de alguna manera más favorable. Quizá al permitir que las organizaciones multinacionales, refiriéndose al ámbito económico accedan a la compra de organizaciones del sector público colombiano está admitiendo directamente la privatización de la misma, de manera que en numerosas oportunidades se puede fortalecer el crecimiento económico en organizaciones extranjeras, afectando la economía nacional y aumentando los precios de los bienes producidos por las organizaciones que antes eran públicas. (Kalmanovitz 2001)

De ahí que (Stiglitz 2002) menciona que los gobiernos podrían mejorar sus políticas económicas, si dieran margen a las privatizaciones de organizaciones y si se encargaran de proveer servicios públicos esenciales en vez de administrar dichas organizaciones, advierte que el problema es que muchos gobiernos ven la privatización como un fin y no como un medio, lo que ocasiona que se excluyan políticas de bienestar social. El error de estas organizaciones, es que presionan para una rápida privatización de los países subdesarrollados, además de dejarse guiar por principios teóricos neoclásicos.

Otro problema relacionado con la privatización es el desempleo, ya que al parecer se requiere emplear sujetos jóvenes, y en consecuencia despiden a los empleados de mayor antigüedad con bajas indemnizaciones, contratando a los nuevos por escasos salarios (Stiglitz 2002) por ende organizaciones multinacionales sitúan su interés en países en vías de desarrollo trayendo consigo usos, costumbres y prácticas que son ajenas al contexto local.

Teniendo en cuenta lo anterior, es importante retornar a otros antecedentes históricos de las prácticas laborales y de conceptos que con ello vienen incorporados,

los cuales se hicieron visibles durante el siglo XIX generando importantes cambios sociales, económicos y tecnológicos, en los principales países industriales como lo son Alemania, Francia, Inglaterra, y los EE.UU; países que hacen parte del llamado mundo occidental, o países desarrollados y/o con mayor poder adquisitivo. (Wallerstein 1997)

Posteriormente las organizaciones establecidas en países periféricos o denominados países en vía de desarrollo replican tales prácticas al interior de las mismas. Es así como en ciudades latinoamericanas podrían encontrarse en la paradoja de incorporar modelos y prácticas que son de alguna forma ajenas o externas al contexto social en el que se desenvuelven, o de llevar a cabo ciertas actividades que responden a intereses previamente establecidos. (Wallerstein 1997)

Entre las prácticas incorporadas emerge un concepto importante para el desarrollo de esta investigación, el cual resulta siendo parte fundamental de la misma, la Juvenilización; (Margulis, 1998; Maffesoli, 1990), la definen como *“la posible respuesta a la demanda del mercado con prácticas mediáticas por medio de la enajenación del consumo de los signos juveniles, probablemente con el objetivo de otorgar competitividad a las grandes organizaciones”*.

Así mismo, (Martin- Barbero 1988; Pérez Tornero 1997; Margulis 1998) determinan que *“la juvenilización puede generarse a través de los lenguajes del mercado, razón por la cual a partir de los años 60 emerge la industria del tiempo libre, que quizá se centra en la estética y a través del consumo actúa sobre los cuerpos y sentires”*, lo cual podría dar lugar a un ser juvenilizado caracterizado por lo moderno, la seguridad, el éxito y el poder, probablemente originando un sujeto que se encuentra preparado para liderar y tener el control de los cuerpos a través de discursos juvenilizadores o en otras palabras discursos hegemónicos.

Por lo tanto es posible establecer que en los discursos hegemónicos de contenido juvenilizador pueden verse involucrados aspectos económicos, administrativos y sociales, sin olvidar el poder ya que ha sido de gran utilidad para generar control y administración sobre la vida de los sujetos. Como afirma (Foucault, 1980) que *“La*

*anatomía, la biología, y las tecnologías entre otras, al parecer aprisionan al sujeto y dan cuenta de un poder cuya función consiste en invadir su vida”.*

Con relación a lo anterior, la globalización a través de la juvenilización de la sociedad crea modelos que abarcan al sujeto en aspectos como la economía, la empresa, el empleo y la familia. Es posible inferir que en las organizaciones locales pueden llegar a controlar a los sujetos de tal manera que su poder se ve reflejado en todas las dimensiones del mismo.

Por tal motivo y de acuerdo a lo expuesto anteriormente, el propósito de la investigación surge a partir de la siguiente pregunta:

### **Pregunta**

¿Cuáles son las prácticas laborales con componente juvenilizador que se presentan al interior de las organizaciones, que permiten dar cuenta de la hegemonización?

### **Objetivo General**

Comprender las prácticas de juvenilización construidas en la organización, encaminadas a través de discursos hegemónicos buscando la alineación de los sujetos que las conforman.

### **Objetivos específicos.**

- Conocer las prácticas juvenilizadoras desarrolladas en las organizaciones locales.
- Analizar cómo los discursos establecidos dentro de las organizaciones pueden llegar a incidir en las prácticas juvenilizadoras.
- Conocer que tan determinante puede llegar a ser el contexto global en las prácticas organizacionales locales y los efectos de las mismas.
- Indagar que tipología de sujeto trabajador busca incorporar la organización que desarrolla en su interior prácticas juvenilizadoras.

## Marco Conceptual

Para explicar las formas en que se puede presentar la Juvenilización de las prácticas laborales, es necesario abordar conceptos importantes que permitirán visualizar de una forma crítica, los diferentes factores que pueden intervenir en la interacción de los sujetos dentro de las organizaciones y los distintos discursos que allí se generan, quizá en pro de los intereses que giran alrededor de las nociones sociopolíticas, económicas, asociadas a las demandas del mercado global a través de la difusión del poder y centralización del mismo.

Según Wallerstein (1988) *“el proceso de globalización presenta diferentes manifestaciones que intervienen en países en vías de desarrollo”*. En este caso, dichas manifestaciones se evidencian a través de demostraciones explícitas de naturalización de discursos hegemónicos, teniendo como referente las distintas expresiones de las representaciones juveniles, de las cuales, al parecer hacen uso las organizaciones en beneficio propio tal vez dejando en un segundo plano al sujeto trabajador; como sucede en países como Colombia y específicamente la ciudad de Bogotá.

## Capítulo 1

### Contexto Global

**Monopolización de las dinámicas del mercado global.** Es así como se podría evidenciar que los constantes cambios tecnológicos, sociales y económicos inciden de una u otra manera en las formas como las organizaciones producen bienes, servicios y redefinen los modelos empresariales con lo que buscan ser más competitivos; en consecuencia se observa como la globalización es un proceso que guarda una estrecha relación con la generación del conocimiento, procesos productivos, comerciales al igual que las relaciones económicas y sociales tanto de los países centrales como en los periféricos.

Dichos acontecimientos, según menciona (Wallerstein, 1988) *“se han generado a partir de la globalización, el desarrollo de nuevas tecnologías, cambios socio económicos, tratados de libre comercio, integración regional, entre otros, donde se*

*encuentran involucrados tanto países desarrollados como en vías de desarrollo*”. En otras palabras, dan lugar a la juvenilización, quizá como una iniciativa a las demandas que surgen a nivel mundial, de las cuales hacen uso grandes organizaciones tal vez con fines tanto expansivos como lucrativos.

En consecuencia puede que el capitalismo, el desarrollo social y económico en las sociedades posmodernas, busquen un lugar por medio de nuevas tecnologías, que al parecer incrementan la productividad, las tendencias de consumo que se incorporan y trascienden en las distintas organizaciones. De acuerdo (Castells, 1998) quien señala *“que los sujetos de alguna manera dependen del conocimiento en herramientas tecnológicas para encontrar, mantener un empleo o cambiar este conocimiento por dinero”*.

En este sentido, (Ahumada 2001) afirma que *“los sistemas financieros mundiales y organizaciones multinacionales probablemente se basan en un intercambio de producción, conocimiento, capacitación y generación de políticas organizacionales que dependen de innovaciones tecnológicas veloces, y de la construcción de discursos en los cuales al parecer el lenguaje es un elemento indispensable para la construcción de las organizaciones y para su administración, ya que mediante la construcción de distintos discursos pueden articular a los sujetos trabajadores, evitar la pérdida de las inversiones monetarias y de igual manera generar competitividad y credibilidad en las mismas”*.

Es decir, que aquellas políticas, prácticas y discursos que se generan en la organización, surgen a partir del proceso de globalización, las cuales podrían posiblemente alinear a los sujetos en beneficio de los sistemas financieros mundiales.

Al mismo tiempo, dichos discursos organizacionales son entendidos como símbolos de juvenilización y de movimientos significativos que permiten la posible construcción de realidades y de sujetos mediante signos y lenguajes que dan paso a la gestación de lo que hoy son las organizaciones posmodernas, las cuales al parecer buscan que los sujetos le otorguen significado a su trabajo y a la organización en la



cual se emplean, y de esta manera sentido a las sociedades y multinacionales posmodernas. (Burrell 1998).

**La Globalización Como Recurso Hegemónico.** Para comprender el proceso de juvenilización de la sociedad y en especial en las organizaciones es relevante dar cuenta que este hace parte de la sucesión de cambios que han surgido a nivel mundial donde se involucran aspectos sociales, económicos y políticos.

Para ello es importante establecer en primera medida el concepto de globalización, el cual (Camejo, 2008) lo define como *“una nueva posible forma de imposición de Occidente, por medio de su cultura, tradiciones, formas de vida y consumo, que hace referencia de igual modo a un proceso económico, tecnológico, social a gran escala, que consiste en la creciente comunicación e interdependencia entre los distintos países del mundo unificando sus mercados, sociedades, a través de una serie de transformaciones sociales, económicas y políticas que les dan un carácter global”*.

De lo anterior, es posible inferir que los cambios conlleven a que todo se realice con mayor rapidez y precisión, lo que implica que en las organizaciones exista la tendencia de ir al mismo ritmo que los cambios lo requieren, a través de la producción de nuevas prácticas que vayan acorde a las exigencias del mercado tales como la velocidad, innovación, adaptabilidad entre otras, que hacen que las organizaciones busquen sujetos con características que se ajusten a estas exigencias en otras palabras un sujeto Juvenilizado.

Por lo tanto, según (Camejo, 2005) *“la globalización es a menudo identificada desde una perspectiva crítica como uno de los grandes fenómenos en el planeta cuyo fin puede ser el desdibujar la integración geopolítica, que es posible bajo el imperativo de un sistema sociocultural dominante, lo cual significaría un mercado único y un centro de poder multipolar hegemónico”*.

En otras palabras posiblemente pensar en la creación de un sistema global centrado en la influencia de unos pocos, es decir bajo el control de las grandes organizaciones en previo acuerdo con las distintas figuras de autoridad políticas de los países implicados en función del capitalismo, quizá presentándolo ante el mundo como la mejor opción de progreso a través de la velocidad, la innovación, la estética y el lenguaje características propias de la juvenilización por ende divulgadas dentro del proceso de globalización.

Dicho lo anterior, cabe mencionar que como parte fundamental de la globalización surge el capitalismo; (Klein 2007) afirma que el capitalismo emplea crisis para introducir impopulares medidas de choque económico, con frecuencia acompañadas de distintas formas de shock representadas en situaciones de conmoción colectiva, un claro ejemplo de ello es la caída de las torres gemelas, el huracán Katrina y más recientemente la desaparición del vuelo 370 de Malasia Airlines, entre otros eventos que de cierta forma perjudican a distintos países incluyendo los periféricos.

Incluso es posible que estas medidas de choque se desarrollen teniendo como referente, el crecimiento económico de dichos países, en los cuales es factible que se genere el surgimiento de grandes organizaciones como las compañías petroleras, telecomunicaciones o de tecnología por mencionar algunas, de manera que países hegemónicos al parecer buscan la manera de adentrarse en la periferia, por medio de reformas y nuevos convenios con el fin de aportar quizá al desarrollo de dichas organizaciones y de esta manera ejercer control.

En síntesis es posible que el capitalismo haya sido utilizado por países centralizados, para de algún modo controlar las formas en que se desarrollan social y económicamente países periféricos; todo esto lo consigue la globalización y puede apoyarse en los medios de comunicación a través de las tecnologías, para fomentar un mercado que quizá busca, nuevas formas de consumo y sujetos con identidades llamativas; lo que podría llamarse “juveniles”, utilizando por ejemplo, la velocidad como un aliado que quizá permite un rápido acceso a información que enriquecen

prácticas que establecen las grandes organizaciones buscando una consolidación a nivel global. (Serrano, 2002 p 14)

Así mismo es necesario entender que la globalización al parecer comprende un proceso de mundialización del capital industrial y comercial, de ahí que, existan las organizaciones multinacionales, que a su vez producen frecuentemente nuevos procesos productivos, distributivos y de consumo, además de la expansión y uso intensivo de la tecnología (Castells 1998), por ende distintas organizaciones necesitan dotarse de nuevas capacidades y atributos, significativamente distintos a los que caracterizaban lo que podríamos llamar las organizaciones tradicionales.

Es posible entonces que el proceso de globalización junto con distintas manifestaciones juvenilizadoras, continúen hegemonizando el mercado global, de tal forma que tome algunas características juveniles, como por ejemplo la innovación, entendiéndose esta como una posible forma, de modificar los procesos organizacionales, por medio de la integración tecnológica suscitando mayor eficiencia o efectividad, además de generar mejor capacidad de adaptación frente a distintos cambios que se presenten en el entorno competitivo de las organizaciones. (Moraleta, 2014)

Es conveniente mencionar que las organizaciones multinacionales, al parecer hacen que en países denominados tercermundistas, exista el uso de “capital humano”, forma en la cual son llamados los sujetos trabajadores por las compañías. En ellas tanto los conocimientos como la tecnología, son utilizados para incrementar la productividad, así como (Castells, 1998) menciona que *“la tecnología puede convertirse en la fuerza del trabajo y la fuerza que por ende pudiese transformar sociedades nacionales en dependencias de una sociedad globalizada”*.

Por consiguiente es posible que las organizaciones pretendan afrontar este continuo proceso de globalización acentuando su desarrollo en la innovación, entendiéndola como menciona (Moraleta, 2014) que es *“la capacidad para transformar los procesos empresariales haciendo de la misma una herramienta integrada, que fomente el crecimiento organizacional en todos los aspectos que la*

*conforman*”. Teniendo en cuenta lo anterior, la tecnología al parecer es empleada como medio o herramienta que permite realizar distintas labores organizacionales además de transformar y reinventar las maneras en las que se llevan a cabo las inversiones de las organizaciones.

**Sistema de Alineación del Mercado Global. “Conspiración estratégica de las grandes corporaciones”.** En cuanto a las estrategias utilizadas por las grandes corporaciones se hace importante mencionar en primera instancia que en las sociedades posmodernas, la globalización, al parecer, ha generado de alguna forma la hegemonía por parte de los países centralizados generando políticas económicas, monetarias y sociales, que de alguna manera terminan replicándose en países en vía de desarrollo y en las organizaciones que en ellos se establecen. (Wallerstein, 1988)

Por otra parte es necesario comprender que en el proceso de juvenilización, la globalización va estableciendo ciertos lineamientos que permiten que el mercado global tome un direccionamiento favorable a los intereses de aquellas organizaciones que buscan afianzarse a nivel mundial a través de discursos de discreta dominación y de largo alcance que emergen en países de mayor poder adquisitivo. (Burrell, 1998)

Ciertamente puede llegarse a entender el poder como forma de hegemonía, al ser un elemento necesario para que los procesos de globalización en los que se encuentran inmersas formas o características de la juvenilización puedan ser evidentes, pues a través de la hegemonía distintos dispositivos son utilizados por los mercados globales, y a su vez por las organizaciones de países centralizados que se disponen dinámicamente para generar mayor credibilidad, en aspectos relacionados con el desarrollo económico y por lo tanto estas dinámicas generan consecuencias directas en países y economías en vía de desarrollo. (Castells, 1998)

Ahora bien, la globalización en la posmodernidad, como lo menciona (Quijano, 2000) *“puede consistir en una posible concentración del poder en la autoridad pública, en la que estados hegemónicos integran el bloque de corporaciones mundiales con*

*gran capacidad de capital financiero, razón por la cual se presenta una privatización del control de la autoridad colectiva*". Dicho lo anterior puede hacerse evidente que exista cierta dominación política, tal vez asociada a la explotación o control capitalista del trabajo que puede imponerse mediante los mecanismos de comunicación donde posiblemente se encuentran inmersos discursos juvenilizadores, pues con la tecnología como aliado, es factible que los cambios de los cuales requiere la globalización se generen con mayor aceleración.

Por consiguiente, la globalización puede parecer además de un proceso político, social y económico, un proceso en el que se ven inmersos aspectos culturales y tecnológicos que permiten el desarrollo tanto financiero como organizativo y por lo tanto la posible centralización del poder por parte de países hegemónicos, que de una u otra forma pretenden instaurar formas de pensamiento, mercantilismo y consumismo occidental en sujetos no occidentales. (Quijano 2000).

De ahí que, según lo mencionan (Martínez, Corredor, Herazo 2002) en la posmodernidad las organizaciones multinacionales utilizan procedimientos de calidad, trabajo, y con ellos políticas que les permiten ser en gran medida más competitivas; en medio del proceso de globalización es posible afirmar que los países se agrupan en bloques económicos, con el fin de competir con bienes y servicios a nivel industrial, comercial y bancario, lo que puede implicar la búsqueda de nuevas alternativas que sean más atractivas al consumidor y de esta manera buscar una consolidación efectiva en el mercado global.

Es así como, tanto las políticas públicas relacionadas con las organizaciones, los acuerdos económicos mundiales de países centralizados como periféricos, estrategias mercantilistas, demanda de nuevos bienes y servicios, pueden llegar a seducir a nuevos consumidores a través de ideas que llaman su atención en donde se incorpora la juvenilización de una manera táctica y sutil.

Al respecto (Martínez, Corredor y Herazo, 2002) señalan *“que las organizaciones multinacionales tradicionalmente pueden caracterizarse por tener el poder necesario para coordinar y controlar operaciones, quizás debido a que cuentan con la capacidad*

*de organizar la producción en distintas naciones, asimismo de centralizar la administración de diferentes instalaciones, además de fusionar tecnología, cuentan también con la capacidad de movilización de capital en todo el mundo, la distribución estratégica de talento gerencial bajo una política al parecer centralizada e integrada, que se orienta al servicio del mercado global”.*

Por ende las organizaciones multinacionales buscan al parecer establecerse en países en su mayoría periféricos los cuales presentan distintas alternativas como el pago de salarios bajos a los sujetos trabajadores, estabilidad macroeconómica, y buena oferta de personal calificado, lo cual es conveniente para el proceso de expansión, pues si bien garantizarían estabilidad y crecimiento económico a los países en donde se establecen, también garantizan estabilidad y crecimiento en sus ganancias a través de la satisfacción de los consumidores. (UNCTAD, 2005a)

Dado lo anterior se puede establecer como el mercado global provoca a través de sus diferentes exigencias, que en el proceso de la globalización, las organizaciones susciten nuevas estrategias para adaptarse a dichas exigencias, en las cuales emergen internamente diferentes formas de alineación de los sujetos frente a los requerimientos del mercado, donde se empieza a evidenciar ciertos patrones de nuevas prácticas juvenilizadoras que permiten que la organización siga consolidándose y asegurando su permanencia en el mercado. (Boyer y Freyssenet, 2001)

## **Capítulo 2**

### **Juvenilización, Esquema de Innovación o de Opresión Global**

Para poder entender un poco más la relación entre la globalización, las organizaciones y los discursos que allí se generan a partir del fenómeno social llamado juvenilización, es importante señalar que el concepto de juvenilización guarda una estrecha relación con lo que socialmente se denomina “juventud” lo cual puede entenderse desde una perspectiva crítica como un elemento de gran influencia que emerge asociado a aspectos como la innovación y la estética, que quizá permiten establecer una alianza entre la juvenilización y el mercado global, convirtiendo dichos aspectos juvenilizadores en herramientas que posibilitan la comercialización de nuevos

productos y servicio que incentiven el consumo, impactando directa o indirectamente los discursos sociales que la identifican. (Margulis, 1998).

De lo anterior, se podría entender la juvenilización como un instrumento del sistema mediático que consiste en construir un receptor modelo que presenta los rasgos más singulares de los jóvenes: gusto por las novedades, búsqueda de identidad, vitalidad, nuevos lenguajes, tendencia a la solidaridad con los pares, en donde han sido los mismos jóvenes el objetivo privilegiado de la enunciación mediática contemporánea, usando un discurso que proyecta una figura del joven estereotipada y atractiva que acaba siendo asumida por la sociedad (Pérez, 2000).

De esta manera, la juvenilización puede parecer un cambio en el comportamiento, las costumbres y los pensamientos, relacionado con el modo de disponer del ocio, las artes comerciales y la industria, que pasaron a configurar cada vez más el ambiente de los sujetos urbanos (Hobsbawm 2003:331). Puede Implicar ciertos elementos propios como su carácter popular y las nuevas formas de relacionarse con el mundo, a partir de normas y valores diferentes a los parentales, que más bien son desarrollados por los proveedores, es decir, por los dictámenes del mercado (Muñoz, 1998a:201), por lo que se reinterpreta lo que la sociedad ha puesto en circulación por medio de ese mercado y principalmente por los medios de comunicación. (Serrano, 1998a:242)

De acuerdo a la afirmación realizada anteriormente sobre juvenilización, se puede establecer la directa relación entre este fenómeno y la globalización, en donde el proceso de consumo toma un nuevo valor constituyéndose como una práctica cultural, al mismo tiempo, ha posibilitado que los estudios acerca del tema del consumo, dejen de ser materia exclusiva de los economistas y haya pasado a ocupar la atención de los investigadores sociales y culturales. (Muñoz, 1998)

Por consiguiente, en el proceso de globalización se podrían hacer visibles diferentes construcciones identitarias, que surgen a partir de conceptos juveniles. De este modo se podría afirmar que los discursos hegemónicos que se plantean en la posmodernidad, se manifiestan mediante ciertas categorías juvenilizadoras como la

tecnología, la estética, el consumismo entre otras, que al parecer “*son influenciadas por los medios de comunicación o las industrias culturales*” (Valenzuela, 2003)

En este orden de ideas, el consumo ha dejado de ser visto como un proceso meramente económico y utilitario, para ser conceptualizado como un proceso social que implica símbolos y signos culturales como un elemento importante en la construcción simbólica de las identidades y diferencias individuales y colectivas (Boccock, 1993; Bourdieu; 1990; 1998). En consecuencia, el consumo puede observarse como una forma de industria cultural que al parecer genera formas de socializar. Matus (2005) expone como el consumismo se convierte en una especie de nuevo territorio de relación, donde las actividades, los lugares y las prácticas juveniles, permiten la construcción de identidades e individualidades.

Es posible comprender entonces, que la juvenilización se establece como un fenómeno que permite que ciertos valores quizá propios de los jóvenes o pertenecientes al universo de la cultura colectiva, se tengan en cuenta de forma masiva, de manera que la juvenilización puede ser un proceso de construcción intensiva que se presenta por medio de diferentes discursos mediáticos que de una u otra forma buscan proyectar una figura del joven abarcando aspectos que van más allá de la estética. (Valenzuela, 2003)

### **Sujeto Juvenilizado, Símbolo de vanguardia a las demandas posmodernas.**

Dado que la juventud aparece como un tránsito a la adultez razón “*por la cual un sujeto joven es adulto y no lo es, éste es desresponsabilizado de sus deberes y se sitúa en un lugar privilegiado; en esta situación el sujeto adulto se ubica en la condición de lo estático, que puede generar dos actitudes psicosociales: cuando el sujeto joven es visto desde los ojos del riesgo, el vértigo, éste termina convertido mediante el proceso de juvenilización en un símbolo del consumo, de la diversión; o por el contrario cuando el sujeto joven se interpreta como minoría de edad y/o dependencia, es visto como un ciudadano o ciudadana de segunda mano*”. (Valenzuela, 2003)

Con lo anteriormente expuesto, acerca de la juventud y en relación con la hegemonía, se puede presentar operando como un sistema de control con el que cuenta el sujeto adulto que establece relaciones de dominio con el sujeto joven. En los dos



casos se dejan ver ciertas tecnologías de normalización, que bien sea desde la óptica del consumo o del poder, terminan por significar para Serrano (2002, p.14) a *“la juventud como una tecnología desarrollada en la modernidad capitalista para fomentar mediante el control, sujetos de producción y consumo”*.

En este sentido, el sujeto juvenilizado puede surgir mediante la relación que establecen los jóvenes con la industria cultural, ya que en la posmodernidad es posible determinar la construcción de nociones como territorio, cuerpo, género, entendidas como referentes identitarios de los sujetos juvenilizados. Según Barbero (2002) *“detrás de cada identidad se encuentra la lógica del mercado; el consumo de ciertos bienes permite a la juventud crear identidades diferenciadas dependientes de gustos y elecciones”*.

Es así como los sujetos posmodernos probablemente realizan la construcción de su identidad en relación con la industria cultural, la globalización, el mercado y la adquisición y uso de distintas tecnologías entre otros aspectos, lo cual podría conllevar a la desterritorialización del espacio, en el que al parecer traspasa distintos escenarios físicos, de manera que se convierte entonces a los medios que permiten la comunicación y las tecnologías, en los principales agentes de mensajes, de bienes y servicios que suscita el desarrollo de identidad de los sujetos. (Barbero, 2002)

En consecuencia, los sujetos juvenilizados surgen de las distintas innovaciones del mercado global, y por ende de la globalización, dichas innovaciones o categorías pueden no contar con mucho sentido ideológico, pero al parecer brindan a los sujetos un universo infinito de imágenes simbólicas, provenientes de medios de comunicación y consumo, que quizá trascienden el tiempo, y de una u otra manera se hacen propios en dichos sujetos. (Feixa, 1998)

Es posible señalar que, las categorías juvenilizadoras mencionadas anteriormente surjan mediante la construcción de estilos juveniles en los que se ven inmersos distintos símbolos y lenguajes cuyas características se encuentran quizá en constante resignificación y movimiento; de modo que dichas categorías no permanecen estáticas, aunque en la postmodernidad y dada la influencia de la globalización es posible que

estas categorías se encuentren más al servicio de ciertas demandas posmodernas que al servicio de los estilos juveniles de los cuales emergieron. (Feixa, 1998)

**Categorías Juvenilizadoras.** Llegando a este punto la juvenilización puede señalar distintos signos que atraviesan no solo contextos culturales, también contextos laborales en la actualidad, que se pueden presentar dado a el continuo avance de la tecnología y de la cultura de la imagen, además del encumbramiento de lo juvenil disfrazado de algún modo por los lenguajes hegemónicos de la sociedad de consumo y el mercado global. (Margulis, 1998)

Es este sentido para que distintas categorías que provienen del mundo juvenil, como la estética, el consumo, los distintos estilos de vida, gustos, imágenes, entre otras, ha sido necesario que las sociedades desde la globalización y el mercado, el consumismo y las interacciones entre sujetos se modernicen.

El consumo entonces, es una categoría que hace parte de la juvenilización y que puede encontrarse relacionado con las teorías económicas, en las que es considerado como un medio para renovar la fuerza de trabajo y aumentar el capital (García Canclini, 1993:25), de igual manera satisfacer distintas necesidades. De este modo se puede llegar a pensar que, a partir del desarrollo del capitalismo y con el incremento de la producción y el consumo en las sociedades modernas, éste ha dejado de ser un proceso económico para convertirse en un proceso cultural.

Teniendo en cuenta las reflexiones mencionadas anteriormente, Osgerby (2004) indica que *“es notable que la juvenilización cuenta con instrumentos de comunicación y de consumo que permiten definirla, como por ejemplo: la producción de bienes, servicios y mercancías que con gran frecuencia se dirige a los jóvenes, pero no deja de lado otro tipo de sujetos que desean adquirir no sólo productos, sino al parecer estilos de vida”*.

Por tal razón, Brooks (2003) expone que *“en la postmodernidad la llamada sociedad corporativa se emplea “la esencia de la juventud” y la proyecta a la cultura adulta como fórmula de “ansiedad”, configurándose en una especie de adolescencia*

*elástica, las fuerzas del mercado implantan la imagen, los deseos y pensamientos de cuerpos jóvenes y estos a su vez, toman una actitud activa en la producción y distribución de este tipo de mercancías juvenilizadoras produciéndose una explotación económica que gira en torno al consumo y la publicidad”.*

Paralelamente, Sendagorta (2004) señala *“ciertos aspectos que guardan relación con la estética y pueden ser utilizados por organizaciones trasnacionales, ya que debido a la globalización, estas con frecuencia fomentan el desarrollo de lo estético en los sujetos que hacen parte de las mismas, para probablemente suscitar la cultura corporativa el liderazgo y la competitividad”*, de esta manera los aspectos estéticos se convierten en símbolos de juvenilización, que al parecer son una de las claves más importantes para generar un buen clima organizacional y motivación dentro de las mismas.

En consecuencia organizaciones multinacionales que con frecuencia buscan transmitir valores que se relacionan con solidez, pujanza, fuerza, entre otros; comunica estos, posiblemente utilizando la estética, ya que además de establecerse en edificios de gran altura, en los que sus oficinas interiores generalmente son amplias y con modernas decoraciones que se apoyan la interrelación de ambientes, utilizan las nuevas tecnologías para generar comunicación y dinamismo (Sendagorta 2004). Todo ello puede favorecer las relaciones corporativas, además de generar en los sujetos que trabajan en estas organizaciones sentido de pertenencia y sensación de bienestar al formar parte de este tipo de organizaciones.

### **Capítulo 3**

#### **La organización como artífice de prácticas de juvenilización a través del control**

Con relación a lo mencionado anteriormente, en el proceso de globalización, es posible que el uso del poder en sociedades posmodernas hace referencia a la forma como el conocimiento y la información influye en los sujetos para su desarrollo personal y social, al respecto conviene mencionar como los sujetos son disciplinados, sus cuerpos se moldean y al parecer se convierten en un instrumento para el trabajo, para ser sujetos

productivos, razón por la que el sujeto individual posiblemente solo tiene significado en medio de relaciones sociales que surgen en las organizaciones a las cuales al parecer “pertenece”. Según lo menciona (Foucault 1981), *“son utilizadas distintas tecnologías que permiten que el sujeto se ajuste a la producción, sea examinado y vigilado y de esta manera se fortalece el ejercicio del poder sobre los sujetos”*.

Debido a que las organizaciones ejercen cierto control sobre los sujetos como lo menciona (Foucault, 1981) en sus postulados, éstas exigen algunas características especiales de los mismos, por lo tanto para el cumplimiento de lo que desea la organización, se establecen procesos propios de comunicación, que guardan relación con las formas como se realizan diferentes labores, los parámetros y formas de trabajar, dejando a un lado quizá lo que representa el sujeto.

De igual modo, emergen prácticas juvenilizadoras que pueden constituirse en las organizaciones a través de la velocidad e innovación, que con el uso de determinados lenguajes pretenden controlar a sus trabajadores, por lo que se hace posible considerar que el uso del poder se presenta con los sujetos trabajadores de forma dinámica, pues ha de ser transmitido entre las personas o grupos de las cuales necesita los directivos. Es posible que distintas organizaciones empleen con frecuencia formas de poder como los aspectos mencionados anteriormente, en los que se reflejan formas de dominación para con sus trabajadores y de esta manera consiguen la rentabilidad y sostenibilidad necesaria para introducirse de manera adecuada en la sociedad. (Quijano, 2000)

De tal forma que estas prácticas o formas de poder conllevan a la búsqueda de distintos mecanismos como la estética, la publicidad, la velocidad, la identidad, la innovación entre otros, para de alguna manera naturalizar y controlar a los sujetos. Con el fin de construir un tipo de modelo juvenil a través de dichas prácticas de juvenilización. (Valenzuela, 2003)

Dado lo anterior y teniendo en cuenta los mecanismos mencionados, es posible observar, como las organizaciones al estar constituidas por conjuntos de personas, que están dirigidos hacia un o unos objetivos definidos y que dichos sujetos realizan ciertas actividades coordinadas por otros, se podría notar que mediante la creación de grupos se

pueden encontrar aspectos importantes en cuanto a identificación dentro de los mismos por los trabajadores lo cual podría ser un indicador de naturalización de prácticas organizacionales. (Etzioni, 1964)

**Tipología del Trabajador “Modelo ideal en la Organización”.** Siguiendo lo que dice Etzioni (1964), puede ser evidente que la organización está compuesta por sujetos, que pueden formar a su vez grupos, lo cual puede dar cuenta que las relaciones interpersonales dentro de la organización son importantes. Debido a que es posible una interacción entre los sujetos trabajadores de acuerdo al tipo de organización y de la forma en que están dispuestas las áreas, es allí donde todos los procesos tienen lugar, permitiendo el desarrollo de ciertas dinámicas y ejercicios de control de acuerdo a la jerarquización que exista en la organización.

Dado lo anterior, es importante mencionar a los grupos, pues son quienes interactúan dentro de la organización, y es ella inicialmente quien determinará cómo serán estos, teniendo en cuenta algunos aspectos que los caracteriza y/o los representa. Según (Pichón 1975) *“un grupo es un conjunto restringido de personas que, ligadas por constantes de tiempo y espacio y articuladas por su mutua representación interna se propone, en forma explícita o implícita, una tarea que constituye su finalidad, interactuando a través de complejos mecanismos de asunción y adjudicación de roles”*.

Lo anterior podría dar cuenta de cómo, en este tipo de organizaciones existe una forma de distribución grupal, quizá de acuerdo al potencial individual, por lo tanto es posible que se presente ciertos modos de comunicación, diferentes formas innovadoras de realizar las labores, identidades, entre otros, resultado de las tareas en común que desarrollen internamente, estas tareas entonces permitirán desarrollar tal vez vínculos y formas de comunicación que pueden unir a los sujetos.

En este orden de ideas, (Argyris 2003) señala uno de los principales problemas que se presenta para los sujetos que interactúan en las organizaciones, reside en que éstas últimas no facilitan la auto-realización de las personas que conforman la organización. Ya que las organizaciones pueden que solo pretendan conseguir el

cumplimiento de sus objetivos, para lo cual, buscan sujetos que realicen el trabajo asignado, tal vez dejando en un segundo lugar aspectos sociales del mismo.

Teniendo en cuenta lo anterior es posible establecer como se ha perdido importancia al sentido del trabajo, a partir del siglo XX se observa como las organizaciones se enfocaban en figurar como mayores productoras o mejor posicionadas en el mercado, quizá dejando a un lado la multidimensionalidad del sujeto trabajador y fijaron su atención en la producción, por lo tanto se organizó al sujeto trabajador de acuerdo a las necesidades de la organización, por lo que su tarea consistió en establecer qué tipo de personas debería tener la organización para cumplir como se mencionó anteriormente con los objetivos de la misma. (Argyris 2003)

De igual forma (Etzioni 1964) señala que *“es frecuente encontrar importantes diferencias en el grado de control que necesita aplicar una organización como consecuencia de los procesos de selección, formación y socialización de sus miembros. De manera que los procesos de selección y formación determinan la cualificación de los individuos que van a formar parte de la organización y por tanto, cuanto más estrictos sean los criterios empleados, menor será el grado de control necesario”*. En otras palabras, la organización decide que tanto control necesita implementar para dirigir procesos y seleccionar a sus nuevos trabajadores, donde tal vez para estas decisiones maneje incluso, discursos con los cuales dirija sus procesos internos.

**Formas de Dominio a través de los Discursos Organizacionales.** Teniendo en cuenta la importancia de la interacción entre los sujetos trabajadores como se indicó anteriormente, y en especial entre los grupos que se conforman dentro de la organización, se puede dar cuenta como, para muchos trabajadores es habitual pasar la mayor parte del tiempo en las organizaciones, desarrollando diferentes actividades sociales, y desde allí incluso poder acceder a la cultura desde discursos previamente establecidos. (L. Schvarstein, 1992)

Por consiguiente Schvarstein (1992) menciona de igual forma que *“lo que constituye a una organización es la comunicación, en donde los seres humanos son el entorno de sistemas sociales y establecen en ellos relaciones de interpretación y*

*observación*”. Lo cual señala que en la organización según su estructura de jerarquización posiblemente existan algunos tipos de comunicación específicos con los cuales podrían dirigir o controlar las distintas áreas que la conforman.

Es así como en la organización, se comienza a gestar y manifestar algunas formas de dirección para los diferentes procesos que tiene la misma, por medio de los procesos de comunicación, pareciera que hubiese un lenguaje particular y característico en cada organización, con el cual ejercen el control necesario para buscar un tipo de sujeto trabajador y finalmente cumplir con objetivos e intereses de la misma, obviando de momento la multidimensionalidad del sujeto trabajador. (Schvarstein 1992)

Respecto a los procesos de comunicación y a los discursos en las organizaciones, se pueden llegar a establecer prácticas y formas de desarrollar las diferentes actividades que realiza el sujeto trabajador; como también la estructura de poder y autoridad organizacional tiene un impacto importante en asegurar obediencia de parte de los subordinados. (Schvarstein, 2002). En otras palabras, dichos discursos tal vez son una de las herramientas menos evidentes de la organización, pero más efectivas al momento de direccionar el sujeto trabajador.

De esta forma, es posible que poco a poco se gesten diferentes tipos de discursos que finalmente cumplen con el papel último de organizar y ejercer un tipo de control sobre los sujetos trabajadores en pro de los intereses de la organización. El cual es probable ejercer a través de elementos tales como: los organigramas, la descripción de puestos y funciones, las descripciones de responsabilidades, los manuales de procedimiento, las líneas de autoridad, la misma división del trabajo representan esfuerzos genuinos para controlar el comportamiento de los miembros organizacionales, los que se encuadran en gran medida dentro de los medios comúnmente llamados como burocráticos a través de prácticas juvenilizadoras. (Etzioni, 1964)

Llegando a este punto, es posible comprender que la organización en la medida que pueda, ejercerá control a través de diferentes medios, por lo tanto para hacerlo es probable que encamine dentro de dichos medios y en las interacciones de los

trabajadores, ciertos discursos con el propósito único de organizar, controlar y que se cumpla lo requerido en las distintas áreas con las que cuenta la organización.

**Juvenilización y Organizaciones.** Paralelamente es importante mencionar que en esta sociedad posmoderna las organizaciones trasnacionales, al parecer no se encuentran sujetas a las regulaciones nacionales, pues lo que al parecer cuenta con mayor importancia es mejorar su capacidad competitiva encontrando una mayor viabilidad económica por medio de la mejora e innovación de tecnologías de producción y haciendo que distintas organizaciones sean trasnacionales o nacionales, empresas que otorgan flexibilidad a los sujetos trabajadores. (Castells, 1997)

Por lo tanto, distintas categorías que hacen parte de la juvenilización en la posmodernidad, hacen que exista al parecer cierta revolución tecnológica y social que permiten que las economías, los estados, las sociedades y las organizaciones modifiquen o deconstruyan sus procesos con el fin de adaptarse y ser competitivo a este tipo de entornos (Castells, 1997), de manera que existe al parecer cierta flexibilidad interna de las gestiones, lo cual conlleva a que las relaciones laborales entre los departamentos que hacen parte de la organización se individualicen pero también se diversifiquen.

Por consiguiente, es posible afirmar que las organizaciones deben ser más flexibles, y de esta manera responder con mayor rapidez a las demandas contemporáneas, dicha flexibilidad puede alcanzarse ejerciendo cierto poder y control sobre los sujetos trabajadores, haciendo que las relaciones laborales se individualicen evitando que regrese la fuerza sindical, realizando contratos que se otorguen por medio de la subcontratación.

**Visión de la Organización desde la Psicología Crítica.** Desde el punto de vista de la psicología crítica y en relación a las organizaciones, es importante señalar que la gran mayoría de estudios guardan relación con temáticas de dominación y de explotación por parte de los dueños y de los administradores. Según lo explica (Pulido, 2004) *“los estudios tienden a centrarse en la ideología de los trabajadores pues pareciera que no reconocen su propia explotación, ya que trabajan organizadamente, eficientemente sin que tengan una coerción constante”*, es decir, hacen que las prácticas



se lleven a cabo de acuerdo al tipo de modelo que requiere la organización, lo que podría entenderse como un sujeto Juvenilizado.

En primera instancia (Baritz, 1960) realiza una crítica al conocimiento psicológico y al papel que han desarrollado los psicólogos dentro del mundo del trabajo, pues en las organizaciones son vistos al parecer como tecnólogos e instrumentos de opresión y dominación, que quizá se preocupan no por los sujetos trabajadores pero fijan su atención y conocimientos en la forma para alcanzar ciertos fines determinados por los administradores.

Debido a lo expuesto anteriormente puede evidenciarse que la psicología ha dado respuestas a las preguntas que se han formulado dentro de los contextos administrativos, gracias a su directa relación con el taylorismo, la estandarización y el maquinismo (Baritz, 1960), pues ha provisto respuestas fundamentales acerca de cómo administrar las poblaciones de sujetos trabajadores.

Por otra parte, Parker (1994a, 1994b) lleva a cabo un análisis crítico del discurso y su relación con la psicología del trabajo; en él puede afirmarse que los estudios enfocados al mundo del trabajo, con frecuencia se preocupan por las maneras en las cuales funcionan el lenguaje y cómo este sirve a los intereses sociales organizacional y políticos, lucrativos entre otros.

En los estudios anteriormente mencionados, el sujeto trabajador es visto como un ser racional y aparentemente autónomo, que cuenta con la experiencia necesaria, el cual es puesto a prueba, pues se advierte que las características anteriormente mencionadas están concebidas como parte de las prácticas discursivas presentes en la cultura occidental (Parker, 1997), pues las identidades no son fijas, corresponden a posiciones temporal y espacialmente localizadas desde donde se negocia la cotidianidad del trabajo.

Desde otra perspectiva, (Schvarstein, 1992) desde la Psicología social de las organizaciones señala que *“para entender las organizaciones contemporáneas y los sujetos que trabajan en ellas, se propone un orden social inclusivo, lo cual podría significar que las instituciones determinan a los sujetos pero también los sujetos, los*

*grupos y las organizaciones, determinan las instituciones*”. Lo cual podría indicar que las organizaciones y los sujetos requieren ser un complemento uno del otro, para poder cumplir con las demandas del proceso de globalización y sus transformaciones mercantiles.

**Sentido del trabajo, organizaciones y coyunturas sociopolíticas en Colombia.** Teniendo en cuenta el proceso de globalización, los distintos cambios que se gestan desde el mercado global, el impacto que este tiene en las organizaciones a través de las diferentes manifestaciones y las distintas prácticas que allí se generan, es relevante mencionar que en países como Colombia, se ven replicadas en la economía local y por ende en sus organizaciones, siendo estas testigos y partícipes de las demandas del mercado a través de las prácticas provenientes de países centralizados. Generando una tipología de nuevos trabajadores y consumidores quizá dando respuesta a demandas posmodernas.

Ahora bien, es importante mencionar que durante las primeras décadas del siglo XX, surgen las primeras reglamentaciones de carácter laboral, y con estas el reconocimiento al derecho de huelga, reglamentación de los accidentes de trabajo entre otras, es de esta manera como aparecen también departamentos de relaciones Industriales en las organizaciones, cuya responsabilidad radicaba en realizar algunas prácticas de gestión humana como selección, evaluación y remuneración (Cabuya, 1999), aunque su principal tarea consistía en darle un adecuado manejo a las relaciones legales con los trabajadores y alinearlos a su propia dinámica laboral.

Con relación a lo anterior, a partir de los años 80 y dada la influencia de distintas escuelas de relaciones humanas provenientes de otros países, en donde se vieron involucradas las organizaciones Colombianas, las cuales tenían como prioridad implementar distintos programas que promovían el “desarrollo organizacional”, estos suscitaban principalmente el mejoramiento continuo, círculos de participación o de calidad, todo ello incidió para que se produjera el cambio de nombre del departamento de relaciones industriales por el de departamento de recursos humanos. (Dávila, 2001)

Al respecto conviene decir que, esta área o departamento en crecimiento, se interesó por otras prácticas, las cuales guardaban relación principalmente con la formación y los planes de carrera, pero al parecer los resultados sobre las relaciones laborales, la productividad y el desempeño no fueron suficientemente para las organizaciones del país. (Dávila, 2001)

En este orden de ideas el modelo de apertura económica que se presentó en el país en la década de los noventa tuvo incidencia sobre departamentos de gestión humana; siendo quizás uno de los aspectos más relevantes y generando un reconocimiento a la importancia del capital humano para el logro de la competitividad internacional de las organizaciones según lo menciona. (Dávila, 2001)

Todo ello llevó a una revaloración de los departamentos de recursos humanos y de sus responsabilidades, se esperó entonces mejores resultados en procesos relacionados con la selección y capacitación, además de la implementación de prácticas más efectivas de evaluación y remuneración, que permitan, aumentar la motivación de igual manera la lealtad de los trabajadores y crear una cultura empresarial apropiada, como también aprovechar al máximo el potencial de las personas, obteniendo resultados positivos.

Con respecto a lo mencionado anteriormente Cárdenas (1999) enfatiza *“que al presentarse la apertura económica en Colombia, distintas organizaciones, han decidido involucrar prácticas relacionadas con la modernización implicando la organización de la producción, gestión de producción, gestión de los recursos humanos estas prácticas al parecer contribuyeron a reducir costos, mejorar la calidad y a elevar la productividad”*.

Cabe mencionar que también trajo como consecuencia negativa la inestabilidad laboral y pérdida de confianza en las relaciones capital trabajo (Arango y López, 1999), *“todo esto generó la desregulación del trabajo además conllevó a que la gerencia de las organizaciones fuese más autónoma debilitando la fuerza laboral y los sindicatos; en la contemporaneidad se le critica al empresario colombiano su visión cortoplacista, y el poco valor que le otorga al componente creativo del trabajador”*; además de las

incongruencias que existen entre el modelo empresarial autoritario que ofrecen las organizaciones y el discurso en el que invita a participar activamente a los sujetos, generando en ellos sentido de pertenencia por la compañía en la que trabajan. (Mendoza, 1996)

De ahí que en el inicio del siglo XXI, en Colombia se presentan reformas laborales y pensionales que dan lugar a una crisis que tienen consecuencias en aspectos económicos y sociales, por esta razón las organizaciones se concentraron en hallar medidas de reducción de costos fijos, que pudieron dejar a un lado decisiones claves de inversión en capital humano, tecnología y desarrollo (Arango y López, 1999); generando alternativas comunes, como lo son, las fusiones y las alianzas estratégicas para competir por nuevos mercados, mientras en lo interno se siguen recortando gastos laborales y financieros.

Conviene mencionar entonces, que lo anterior puede tener consecuencias para la dirección de recursos humanos de las organizaciones, ya que en primera instancia los profesionales en gestión humana deben implementar nuevas formas de contratación, para poder lograr mayor movilidad de la oferta laboral, empleos temporales, cooperativas de servicios especializados, entre otras (Arango y López, 1999), de igual modo deben contrarrestar los efectos sobre la motivación, la productividad, el sentido de pertenencia, las relaciones laborales, además de generar estrategias quizá juvenilizadoras para retener y motivar talentos en épocas de crisis.

De igual forma, se debe tener en cuenta los distintos cambios políticos y económicos que han tenido lugar en Colombia, donde es importante mencionar que en las últimas décadas al parecer se ha incrementado la desigualdad social y económica, por lo tanto (Kalmanovitz *El Espectador*, 20.06.10) señala que *“al permitir a las fuerzas del mercado imponer su propia lógica, se posibilita que ciertos sectores cuenten con mayor poder económico, dado que existen exenciones de impuestos, sin mayores contraprestaciones, además de exonerar de impuestos las grandes rentas, en Colombia no se han reflejado mejores equilibrios, al parecer solo incrementan los ingresos económicos de una mayoría”*.

Cabe mencionar entonces que, se ha producido un considerable incremento de la desigualdad económica y social, ya que durante los últimos gobiernos debilidades institucionales, junto con el narcotráfico y el conflicto armado, al parecer permitieron abrir la posibilidad de un cambio hacia sectores de derecha, que con la afirmación de la seguridad como cura a las debilidades mencionadas anteriormente, permitieron quizá que se generara una oportunidad envidiable para el juego económico de los monopolios corporativos. (Kalmanovitz *El Espectador*, 20.06.10)

De ahí que la polarización política durante los gobiernos que tuvieron lugar en la última década tuvo entre sus consecuencias cierta desigualdad económica creciente, pues a las grandes fuerzas del poder económico, se les facilitó todas las ventajas para que aparecieran como los grandes inversionistas, por otra parte el supuesto de la seguridad como factor para aumentar la inversión, causó también la reducción de los derechos de los trabajadores con el pretexto de brindar mayores incentivos a las organizaciones que generaran mayor cantidad de empleos, por ende pudo haber incrementado la desigualdad económica y el crecimiento de la población subempleada. (Kalmanovitz *El Espectador*, 20.06.10)

En consecuencia, al parecer solo algunos sectores de una muy reducida élite como el sector financiero, sector interbancario, sector inmobiliario, pudieron de una manera u otra sacar ventaja de esta desigualdad que puede haber generado mayores tasas de desempleo y el subempleo, y paralelamente una mayor descomposición de las oportunidades sociales y económicas, (Kalmanovitz *El Espectador*, 20.06.10). Probablemente la mayor brecha de la desigualdad generada por gobiernos anteriores hace referencia a la posible indiferencia de los mismos frente a los fallos constitucionales en materia de desplazamiento forzado, ya que pasaron por alto las decisiones tomadas por las Altas Cortes para proteger derechos fundamentales.

## **Marco Metodológico**

### **Tipología**

Este proyecto se desarrolla bajo el método de la investigación cualitativa, busca profundizar de manera descriptiva como interpretativa y ciertamente exploratoria la manera en la que tienen lugar el fenómeno a investigar. En primera instancia puede afirmarse que la investigación cualitativa se interesa en la realidad social de los sujetos a través de la visión de los mismos acerca de este contexto (Bonilla, Rodríguez, 1997:84).

De ahí que en este tipo de investigación se pretende conceptualizar con base en la realidad los conocimientos las actitudes y comportamientos de los sujetos observados, por consiguiente la observación que realiza el investigador permite identificar los parámetros en los que se desenvuelven los sujetos; por consiguiente el investigador procede por la vía de la inducción analítica basada en la observación realizada al contexto de los sujetos, a partir de la cual el investigador obtiene el conocimiento necesario para desarrollar cuerpos teóricos que capten los esquemas interpretativos de los grupos estudiados.

De igual forma en la investigación cualitativa los fundamentos epistemológicos puede ser comprendidos desde una perspectiva holística, buscando comprender la forma minuciosa determinados fenómenos de carácter social, es decir entender el conjunto de características y factores que envuelven dichos fenómenos (Gonzales Rey 2006). De manera que en la investigación cualitativa los científicos sociales pueden presentar distintas posturas, ya que toman su propio punto de vista a través de la observación experimental del fenómeno.

De ahí que el investigador debe involucrarse con la realidad del sujeto observado ya que la construcción del conocimiento se estructura a medida que avanza la investigación es decir a partir de los eventos o sucesos encontrados. Es decir al realizar una investigación cualitativa requiere que tanto investigador como investigado sean partícipes activos, para poder conseguir información relevante y conocimiento que

permita establecer las ideas centrales de dicho estudio, con lo cual es posible obtener conclusiones claras para elaborar planes de acción (Bonilla, Rodríguez, 1997:84)

Por consiguiente para el desarrollo de este proyecto se tendrá en cuenta la perspectiva hermenéutica de la investigación cualitativa, esta perspectiva ha construido su propia ruta, tanto en la delimitación de su objetivo como el desarrollo de su propia metodología. (Gadamer 1993) plantea la posibilidad de la interpretación válida en el contexto de lo que él denomina “Encuentro Hermenéutico” donde idealmente se posibilitaría el diálogo entre horizonte de entendimiento y mundo vital trascendiendo los referentes de espacio tiempo.

Desde la hermenéutica las interpretaciones deben cumplir por lo menos las siguientes condiciones: que explique toda la información relevante disponible que la interpretación planteada sea más plausible para explicar los eventos o fenómenos interpretados. (Gadamer 1993).

## **Estrategia Metodológica**

### **Entrevista semi-estructurada.**

Es una técnica dentro de la investigación cualitativa en la que el entrevistador o investigador dispone de un guion, que contiene los temas que debe tratar a lo largo de la entrevista. Sin embargo, el orden en el que se abordan los diversos temas y el modo de formular las preguntas se dejan a la libre decisión y valoración del entrevistador.

En el ámbito de un determinado tema, éste puede plantear la conversación como desee, efectuar las preguntas que crea oportunas y hacerlo en los términos que estime convenientes, explicar su significado, pedir al entrevistado aclaraciones cuando no entienda algún punto y que profundice en algún extremo cuando le parezca necesario, además se determina cual es la información relevante que se quiere conseguir se realizan preguntas abiertas dando oportunidad a recibir más matices de la respuesta, y permite entrelazar temas relevantes a la investigación, este tipo de entrevista requiere de una gran atención por parte del investigador para poder encauzar y estirar los temas.

### **Etnografía.**

Es un método de investigación bajo la metodología interpretativa/cualitativa, según Ardèvol, Bertrán, Callén, Pérez (2003) este tipo de investigación puede definirse como una descripción analítica de los escenarios y grupos culturales intactos y “un planteamiento para hacer investigación naturalista, observacional, descriptiva, contextual, no limitado de antemano y en profundidad.

Desde otro punto de vista (Hammersley y Atkinson, 1995); definen la etnografía como el arte y ciencia de describir un grupo y cultura, una descripción cultural basada en la participación de la investigadora o investigador en la vida diaria de un grupo cultural definido sobre un periodo de tiempo prolongado, de manera que este tipo de investigación puede llevarse a cabo mediante conversaciones y entrevistas a grupos, o comunidades, tomando registro por medio de fotografías y vídeos. La etnografía organiza y describe detalladamente la historia, las costumbres, las tradiciones, las creencias, el lenguaje, las genealogías, las prácticas, de las diferentes razas, culturas o pueblos del mundo, empleando sobre todo un método cualitativo, más que el cuantitativo.

### **Muestra**

En primera medida se han escogido a personas de distintos cargos o por diferente nivel jerárquico lo cual permitirá obtener distintas percepciones a cerca de la juvenilización, sus características, los distintos tipos de interacción, dinámicas y discursos de poder que se establecen al interior de estas organizaciones.

***Muestra Idartes.*** Coordinadora área convocatorias, auxiliar administrativo.

***Muestra Azteca:*** Telecomunicaciones SAS: Gerente Recursos Humanos Colombia – Perú, Analista de selección.

### **Fases**

**Fase de documentación.** Esta fase inicia con una recopilación bibliográfica que respaldara aspectos relevantes a la pregunta problema que se estableció en la presente investigación, razón por la cual conceptos como la juvenilización y sus distintas



manifestaciones dentro de las organizaciones, permiten el desarrollo de esta investigación y de igual forma permiten fortalecer el tema principal, además conceptos como el mercado global, la globalización y el poder que países centralizados ejercen sobre países en desarrollo, y la forma como este transitar dentro de las organizaciones por medio de discursos que buscan, una tipología de sujeto con características específica.

**Gestión.** Para el desarrollo de esta investigación, se pretende realizar una descripción de prácticas juvenilizadoras que se presentan en las organizaciones que se encuentran establecidas en Colombia, en este caso en la ciudad de Bogotá, en este caso una multinacional mexicana y una entidad distrital, en donde se precisara de ser posible las distintas maneras que utilizan para llevar a cabo la gestión organizacional y si las mismas contribuyen a los sujetos trabajadores.

**Aplicación.** En la fase de aplicación se tendrán en cuenta las estrategias metodológicas establecidas., la observación participante y la entrevista semiestructurada.

**Análisis y organización del informe.** En esta fase se analizaran los datos encontrados a través de las estrategias metodológicas y se contrastara con la teoría y la información encontrada en la fase de documentación para obtener datos que se ajusten a la realidad del contexto Colombiano.

### **Cronograma**

El cronograma de investigación contiene los tiempos y actividades que se llevaran a cabo para alcanzar con éxito los resultados esperados. (Anexo N°1).

### **Categorías Conceptualizadas**

**Velocidad e Innovación.** Desde la perspectiva de la juvenilización, en las organizaciones esta categoría hace referencia a los cambios que permiten que las labores se realicen con mayor rapidez y precisión, lo que implica que en las organizaciones exista la tendencia de ir al mismo ritmo que los cambios y lo requieren, a través de la producción de nuevas prácticas que vayan acorde a las exigencias del mercado.

**Identidad.** Se entiende por identidad desde la perspectiva de la Juvenilización como la forma en que distintos aspectos juveniles, llamativos y de cierta manera vitales que generan dependencia a nuevos gustos y elecciones, los cuales intervienen en las sociedades y en este caso en específico las organizaciones.

**Lenguaje.** Puede ser vista como es una forma general de comunicación, pero que en este caso viene cargada con un mensaje en especial de acuerdo a lo que la organización quiera transmitir, de esta forma y a través de los discursos se crean diferentes tipos de lenguajes.

**Estética.** Esta categoría muestra como los aspectos estéticos se convierten en símbolos de juvenilización, y estos son vistos como una de las claves más importantes para generar un buen clima organizacional y la motivación de los sujetos trabajadores, estos símbolos a su vez pueden relacionarse con la solidez, pujanza, fuerza, que pueden transmitir las organizaciones.

### Análisis de resultados

En este capítulo se realizará el análisis de la información recopilada a través de las entrevistas semi-estructuradas y las observaciones efectuadas en las dos organizaciones previamente escogidas para esta investigación, con el fin de alcanzar los objetivos planteados al inicio de esta investigación, es así como se llevara a cabo en análisis de la información de acuerdo a las categorías establecidas dentro del contexto laboral abordadas desde el fenómeno de Juvenilización:

**Categoría de Lenguaje.** En esta categoría aparecen fragmentos como los siguientes:

---

*"Yo creo que lo... interesante y lo que debe ser es... que en términos de procedimientos en términos formales, cuando tenemos que usar términos técnicos, tenemos que ser técnicos, ósea así usemos un lenguaje coloquial, eehhh amigable o juvenil como tú dices, yo creo que sí se da entre áreas, en mi área yo lo siento por que mi equipo, la mayoría, en su mayoría son personas jóvenes, tenemos...la comunicación entre nosotros precisamente es muy fluida, porque estamos, la digamos que... esa flexibilidad de comunicación en lo informal no lo permite [...]"*

---

---

*[...] “¿Qué tipo de lenguaje? Como les decía se da más el escrito, más el informal de repente que el formal ehheh la mayoría de la gente y a mí me llama la atención porque no es malo... Son estilos, es cultura quizás, aquí muchas veces la forma de dirigirme es... Hola!!! Necesito esto y es cultura, es muy respetable, no tiene nada de malo, mientras el resultado sea el esperado, pero a veces hay mucha informalidad no? ¿Se va al extremo? Siiii esteee mi estilo es diferente no sé si por la cultura o por mi formación personal [...]”.*

---

Teniendo en cuenta la información suministrada a través de las entrevistas se evidencian ciertos aspectos importantes que permiten dar cuenta de que las actividades que se realizan en las organizaciones, en muchas ocasiones permiten juvenilizar a los sujetos trabajadores, de manera que el “Lenguaje” emerge como una práctica con la cual las organizaciones destinan sus acciones con el propósito de alinear a los sujetos bajo sus propósitos lucrativos; así mismo es relevante destacar que dentro de las organizaciones se usan lenguajes tanto formales como informales en sus dinámicas internas. De manera que puede ser claro que existen tipos de lenguajes con los cuales en la organización se dirigen acciones específicas para la ejecución de las diferentes labores en la misma, que con el tiempo pueden convertirse en un estilo o en un tipo de cultura en particular y que finalmente es acogida de manera natural por los sujetos trabajadores de tal forma que se cumpla con lo que la organización requiere para ser exitosa.

Posterior a esto se comenzará con el análisis de la **categoría de Identidad**, en la cual aparecen fragmentos como los siguientes:

---

*“... yo si siento que más que lo juvenil es estar en el campo de lo artístico, lo que la oxigena y lo que la hace una entidad con una energía diferente, que fluye diferente, que la gente tiene otro nivel de compromiso, sí en cada área hay personas jóvenes, muy jóvenes liderando procesos... ¿que se puede considerar una organización juvenil?, pues yo creo que eso no es solo un tema de la edad, yo creo que es un tema de actitud, también, y es entender que todos los procesos sociales surgen una transformación, que así mismo uno tiene que ir al ritmo de esas transformaciones sociales, siempre evaluando y siempre reformulando políticas, estrategias de ejecución, creo que es un plus que hayan personas jóvenes acá, porque, pues creo que es*

*una escuela, una muy buena escuela para ellos..."Bueno pues el plus es que, una persona joven esta de alguna manera, también depende de una actitud personal, pero una persona joven esta con todo como, como para esculpirla no, como para darle una forma, como para poderla orientar..."*

*"¡Las organizaciones repito!! Se tienen que acomodar o adecuar a las generaciones, la gente se tiene que adecuar a una compañía pero también la compañía, los líderes y más cuando ya no somos tan jóvenes se tienen que adecuar a las nuevas generaciones, y tienen que entender a las nuevas generaciones"*

*"Bueno si es bueno si importante, meter gente joven, la sangre nueva la gente joven ayuda mucho, si bien vienen a aprender, también vienen a enseñar, las generaciones nuevas si son gente bien formada, y no me refiero solo a la parte académica sino también formada en valores, en familia, no solo vienen a aprender repito, también vienen a estudiar, nos enseñan a todos, entonces sin duda es necesario que venga gente joven."*

---

De acuerdo a los fragmentos anteriores pueden evidenciarse ciertas diferencias entre las dos organizaciones, de modo que los jóvenes y aspectos relacionados con la juvenilización permiten que se presenten transformaciones a nivel organizacional como su pensamiento estratégico, el planteamiento de nuevos paradigmas que requieren sujetos capacitados, además de fomentar total compromiso con los retos de la organización y las demandas que el mercado global le exige, pues aunque los jóvenes pueden por un lado tener la oportunidad de liderar procesos y de esta manera vitalizar la organización. Por otro lado pueden ser vistos como sujetos cuyas características permiten a las organizaciones crear o mejorar sus prácticas, pues promueve de alguna manera distintos aprendizajes, nuevas tendencias, formas de pensar e interpretar distintas situaciones dentro de la organización.

Adicional a esto se realizará en análisis correspondiente a la *Categoría Velocidad e Innovación*, con los siguientes fragmentos:

---

*"...Y las TIC'S claro, son fundamentales, ósea son herramientas con las que contamos hoy en día y que las instituciones realmente, lo que aportaría su*

*capacidad instalada es tener unas herramientas tecnológicas que permitan mas también cerrar las brechas entre los ciudadanos, entre nosotros mismos, hoy en día ya tenemos que pensar en reuniones formales por Skype, porque no, ósea el tiempo, la noción de tiempo y espacio han cambiado, y la noción de red ha cambiado también, entonces ya no es la red de vengamos, nos unimos, nos movemos, hoy en día contamos con herramientas y elementos que nos permiten tener una incidencia mucho más fuerte y optimizar el tiempo, claro que sí, ósea me parece muy interesante las videoconferencias, ese tipo de cosas a eso hay que apuntarle."*

*"Les decía que si... mmm si bien el tema de la urgencia cuando es también utilizado de una forma excedida puede ser peligrosa, ehh la tecnología entre otras cosas ayuda a trabajar de una forma más rápida, ehh las compañías hoy requieren que las personas trabajemos con mucha velocidad, de hecho uno de los valores de la compañía es... usted lo sabe... se llama rápido y simple, entonces una herramienta como el whatsapp es fabulosa, y va muy alineada a ese valor, rápida y simple"*

*"somos una compañía flexible, no se... Nosotros tenemos algo los viernes que se llama pico y placa que le damos un espacio a la gente un viernes si un viernes no, estamos implementado teletrabajo, nosotros empezando por la gerente general trabajamos con whatsapp"*

---

Teniendo en cuenta los fragmentos anteriores, puede observarse que las innovaciones tecnológicas por un lado permiten cierta cercanía con las personas, por lo que la tecnología cierra brechas entre organización y ciudadanos; desde otra perspectiva estas herramientas tecnológicas permiten que los sujetos en las organizaciones sean de alguna manera alineados, con el fin de responder de forma eficaz a distintas demandas laborales, a través de las innovaciones tecnológicas se ofrece a los sujetos cierta cantidad de imágenes simbólicas, provenientes de medios de comunicación y consumo, que de una u otra manera se hacen propios en ellos y en las labores que realizan diariamente. Lo que quiere decir que las organizaciones en su afán por adaptarse y cumplir con las demandas que consigo trae el proceso de globalización acude a estrategias tecnológicas innovadoras que le permitan a los sujetos trabajadores acoplarse en el menor tiempo quizás sin contemplar las demandas del contexto local y sus propias necesidades económicas, sociales y culturales.

Por último se realizara en análisis correspondiente a la *categoría de Estética*, con los siguientes fragmentos:

---

*“Pues yo creo que eso es fundamental, cuando tú te destacas, es porque me imagino que estás haciendo algo bien, porque inspiras a otros y creo que eso lleva a un nivel mucho más profundo de pensarse en términos de desarrollo, cualquier institución, cualquiera que sea privada o pública tiene un objetivo, cumple un fin y tiene una misión, si se empieza a destacar por ello quiere decir que está haciendo muy bien las cosas y de alguna manera está contribuyendo al desarrollo de la cultura, el desarrollo económico, el desarrollo social y es lo que también hace atractivo a un país para la inversión extranjera. En la medida en que las empresas y nuestras instituciones se vean más robustas, creo que es un potencial para todo, ósea para nuestro país, para nuestra economía, creo que es fundamental y para las personas que están dentro mucho mejor porque, qué bueno que la gente trabaje en un sitio donde se siente agradada, donde dice oiga yo quiero estar ahí, ese sitio me permite desarrollarme como profesional, desarrollarme como persona, cumplir mis sueños porque es que eso es lo que debe cumplir una organización, no solo unas personas que van y cumplen unas funciones en un tiempo determinado, sino como eso hace parte de la construcción de tu vida, porque en la medida que te enriquece pues quieres estar ahí.”*

*“la imagen sirve siii sobretodo para las nuevas generaciones que no nos conocen, cuando yo mmm me toca entrevistar gente o cuando hablamos en una inducción o la capacitación inicial que se le da a todo el personal de nuevo ingreso...yo le hablo del grupo pero no solo le hablo de Azteca telecomunicaciones Colombia sino de todo lo que representa este grupo, entonces ehh y le digo cuando hay un candidato que a los dos nos interesa además de escucharlo a él, a mí me gusta vender a la organización que sepan que no vienen a la tiendita de la esquina, que vienen con un grupo muy sólido, muy importante muy serio y que nosotros trabajamos con uno de los hombres más ricos del mundo según la revista Forbes”*

---

De acuerdo a los fragmentos anteriores se puede establecer que la estética o la imagen en las organizaciones genera un impacto en distintas dimensiones dándole un valor agregado a las mismas al ser más atractivas, puede parecer que contribuyen al desarrollo del país. Tener esta imagen de proyección en la organización, resulta

agradable para las personas, ya que ven en dicha proyección la oportunidad de desarrollo personal y del logro de sueños; Por otro lado genera en los sujetos trabajadores la sensación de seguridad y bienestar por el tipo de organización en el que laboran, ya que para las organizaciones es importante mostrar un “status” es decir ser atractiva para los sujetos que hace parte del contexto local, en otras palabras mostrar que son el mejor lugar para trabajar y alcanzar tanto el desarrollo profesional como personal esperado, lo cual utilizan las organizaciones para alcanzar el reconocimiento necesario a través de las habilidades de los sujetos trabajadores y por lo tanto expandir a otros territorios los bienes y servicios que la organización ofrece.

### **Discusión**

El fenómeno de juvenilización emerge de distintas expresiones sociales en las que la juventud y los jóvenes se ven implícitos de manera directa; dicho fenómeno en tiempos posmodernos se manifiesta en distintas organizaciones sin importar si son de carácter local o global, de modo que los sujetos trabajadores pueden verse implicados, adaptarse y hacer parte de este fenómeno para asumir una postura vanguardista acorde a las expectativas que al parecer surgen a partir de la globalización, estas expectativas abarcar al sujeto tanto en aspectos personales como laborales y sociales, por esta razón el sujeto puede ser alineado para hacer parte de la globalización y de las demandas contemporáneas.

La juvenilización en esta investigación se manifiesta a través de distintas categorías establecidas teniendo en cuenta aspectos que se relacionan con la globalización y el impacto que esta tiene en organizaciones instauradas en Bogotá de carácter público y multinacional; es así como al realizar esta investigación fue posible evidenciar que los discursos que se establecen en las organizaciones guardan una estrecha relación con las prácticas que emergen de la juvenilización, pues las organizaciones buscan sujetos que puedan adaptarse a entornos en donde el lenguaje fluya de manera informal y acorde a las expectativas del mercado pero respetando jerarquías establecidas previamente, también se preocupan por establecer entornos donde la tecnología sea símbolo de innovación y un elemento indispensable para la

traspaso de la información, las relaciones de los sujetos trabajadores dentro y fuera del entorno laboral.

A partir de lo anterior se puede diferir que el interés de las organizaciones locales no solo se centra en hacerse más rentables, sino que también están en una constante lucha por ser competitivas y mantener una imagen sólida que le permitan dar respuesta a las demandas contemporáneas que trae consigo el proceso de globalización, en donde los sujetos trabajadores son vistos como elementos útiles para los fines de la organización y directamente contribuye a las distintas formas en las cuales se manifiesta el consumismo a través de los bienes y servicios que las organizaciones producen. Tal como lo menciona (García Canclini, 1993:25) quien afirma que el consumo hace parte del fenómeno de juvenilización, ya que a través del mismo no solo da respuesta a intereses netamente económico sino que a su vez lo han convertido en parte importante de la vida de los sujetos, quienes asumen este rol dando paso a una tipología de sujeto que aumenta la fuerza de trabajo y el capital de las organizaciones.

Todo lo anterior permite a las organizaciones producir y divulgar una imagen atractiva que genera tanto en los sujetos que están dentro y fuera de ella la sensación de seguridad, crecimiento o proyección profesional que solo se puede conseguir si se hace parte de las mismas; por ende se podría afirmar que las organizaciones conciben a los sujetos a su imagen y semejanza, sin que los sujetos se percaten de esto a través de discursos hegemónicos que entre líneas buscan de cierta manera dejar en un segundo plano sus intereses y metas individuales.

Adicionalmente es posible inferir que en estas organizaciones se promueve una forma de identidad en la que los jóvenes y aspectos que guardan relación con la juvenilización pueden ser utilizados para generar transformaciones al interior de las mismas, ya que son sinónimo de vitalidad y pujanza, aspectos que en entornos organizacionales generan gran interés pues las prácticas que desarrollan pueden ser modificadas por los mismos, incentivando nuevas formas de pensar y nuevos aprendizajes, Barbero (2002) menciona en este sentido que detrás de cada identidad se encuentra la lógica del mercado; el consumo de ciertos bienes y servicios permite a los



jóvenes y a ciertos aspectos la juventud crear identidades diferenciadas dependientes de gustos y elecciones.

Desde una perspectiva diferente (Schvarstein 1991) señala que la identidad de los sujetos en las organizaciones puede determinarse mediante las formas en las que se desarrolla las relaciones entre los mismos; advierte además que por medio de las innovaciones tecnológicas se transforma la realidad que incide en la adjudicación de roles de los sujetos, de esta manera es posible concebir una acción organizada y homogénea en el marco de la heterogeneidad de los sujetos trabajadores, de esta manera es posible afirmar que las organizaciones forman a los sujetos, sus acciones, la forma en que llevan a cabo sus labores, con el fin de imponer y mantener los reglamentos establecidos.

En este orden de ideas la globalización y el fenómeno de la juvenilización establecen una relación en la que el proceso de consumo toma un nuevo valor, y se constituye como una práctica cultural que posibilita la creación de diferentes construcciones identitarias, que provienen en general de escenarios o países en su mayoría hegemónicos, razón por la cual las prácticas generadas en países denominados desarrollados, son impuestas y se manifiestan como propias en naciones periféricas sin tener en cuenta los procesos culturales, la historia y la identidad que tienen lugar en los mismos. Es posible entonces que los discursos hegemónicos que se plantean en la postmodernidad se manifiestan utilizando ciertos aspectos que podrían ser llamados juvenilizantes los cuales son ideados por la globalización y los países considerados desarrollados, dichos aspectos hacen parte de la cotidianidad de los sujetos trabajadores y de las organizaciones en este casos Idartes y Azteca establecidas en la ciudad de Bogotá.

### **Conclusiones**

El principal objetivo de esta investigación se enfocó especialmente en el interés por comprender aquellas prácticas juvenilizadoras que han surgido en las organizaciones, estas al parecer han sido orientadas a través de discursos hegemónicos

en busca de la alineación del sujeto trabajador, una vez realizado el análisis de la información y la discusión, se puede establecer el siguiente marco de conclusiones:

El interés de las organizaciones por dar origen a una nueva generación de sujetos trabajadores, permite entender como las prácticas que tienen lugar al interior de las mismas, se presentan en función de que los sujetos contribuyan en las organizaciones principalmente a generar mejores intereses lucrativos y expansivos.

Por un lado las organizaciones usan las prácticas juvenilizadoras como una acción mediática apoyadas en las fuerzas del mercado, con la cual buscan que los sujetos tomen un rol activo en la producción y distribución de bienes y servicios, por medio de simbología juvenil, a través de gustos, lenguajes, imágenes y pensamientos.

Así mismo dentro de las organizaciones se usan lenguajes tanto formales como informales en sus dinámicas internas, el “Lenguaje” emerge como una práctica con la cual las organizaciones destinan sus acciones con el propósito de alinear a los sujetos, ya que mediante la construcción de distintos discursos pueden articular a los sujetos trabajadores, evitar la pérdida de las inversiones monetarias y de igual manera generar competitividad y credibilidad en las mismas.

En este orden de ideas tanto la globalización como el mercado global, son bases que se articulan bajo la lógica del consumo y promueven así desde los países centrales hacia los periféricos, ciertas líneas de acción con las que lideran dicho mercado, impactando de este modo a las organizaciones en la manera de dirigir las actividades dentro de ella, de tal forma que se rigen por las dinámicas del mercado que se imponen como novedad o tendencia, replicando de este modo prácticas occidentales dentro de ellas.

Al mismo tiempo las organizaciones en su misión de ser exitosas, a través de las prácticas juvenilizadoras desarrolladas en su interior, han buscado dentro de su particularidad incorporar un tipo de sujeto trabajador acorde a sus necesidades, en el que se destaca características como: la velocidad, la identidad, estilos de comunicación específicos, incluso una estética que refleje la organización. De este modo en las

organizaciones es como emergen tipos de sujetos trabajadores formados en ellas mismas.

Por otro lado, las organizaciones brindan a los jóvenes la oportunidad de liderar dentro de ellas procesos o gestiones con el propósito de dar vida a la organización y de generar en los sujetos trabajadores la sensación de seguridad y de bienestar por trabajar en una organización que al parecer les brinda la oportunidad de crecer laboralmente; a su vez posibilitan que los sujetos se definan dentro de un marco de características que permiten a las organizaciones crear o mejorar sus prácticas de manera tangencial.

Con respecto al uso de las tecnologías, es importante señalar que son un aliado que fortalece las prácticas juvenilizadoras en las organizaciones, ya que permiten generar o proyectar modelos atractivos a través de los mismos jóvenes, dichos modelos se muestran como la novedad a la que se puede acceder realizando ciertas acciones específicas. Estas herramientas tecnológicas posibilitan que los sujetos en las organizaciones sean de alguna manera alineados, con el fin de responder de forma eficaz a distintas demandas laborales y mercantiles.

Simultáneamente aspectos como la estética y la imagen en las organizaciones son factores de suma importancia, que les permite ser llamativas a los sujetos, razón por la cual éstos se proyectan dentro de las mismas, de este modo siguen una línea identitaria proporcionada por la organización basada en el consumo de ciertos bienes, permitiéndole a la juventud crear identidades diferenciadas dependientes de gustos y elecciones.

Finalmente la juvenilización si bien es un fenómeno, se ha convertido en un instrumento con el cual construye un receptor modelo, en este caso los jóvenes, con el cual se representa los rasgos más característicos de los mismos, donde se usan discursos que proyectan lo juvenil como una imagen estereotipada y atractiva que finalmente termina siendo aceptada por las organizaciones y la sociedad.

### **Recomendaciones**

Una vez finalizada esta investigación se considera interesante mencionar algunos aspectos que pueden llegar a contribuir a estudiantes y futuros investigadores interesados en continuar o emprender nuevos proyectos relacionados a temas relevantes que suceden actualmente y pueden ser abordados desde la psicología crítica:

Por consiguiente se recomienda a las facultades de Psicología establecidas en Colombia incentivar a sus estudiantes el interés por emprender nuevas investigaciones o hacer parte de semilleros que motiven a indagar sobre los distintos fenómenos sociales que han venido surgiendo, que permitan una formación integral de los nuevos profesionales con pensamiento crítico.

Igualmente se sugiere a aquellos profesionales de psicología que se encuentren interesados en ejercer en una organización, no solo incentivar prácticas laborales dirigidas a los intereses de la organización, sino que brinden un equilibrio entre las necesidades de la organización y el trabajador, contemplando factores que intervienen en el sujeto como ser social.

Por último que a partir de este proyecto se realicen futuras investigaciones relacionadas con el fenómeno de Juvenilización, aunque esta investigación se orientó en indagar y analizar el impacto que genera en el ámbito laboral, no hay que olvidar que también se puede comprender la intencionalidad de este fenómeno desde la dimensión política, familiar y educativo entre otros, del cual hace parte el sujeto.

## Anexos

## Anexo N°1 – Cronograma

[illegible]

## Anexo N° 2 – Registro Fotográfico

### Empresa Multinacional



Foto N°1- Entrada Principal Azteca Comunicaciones Colombia



Foto N° 2- Entrada Principal Azteca Comunicaciones Colombia



Foto N°3- Pasillo principal de ingreso a las distintas áreas



Foto N°4- Data Center Operación Nacional

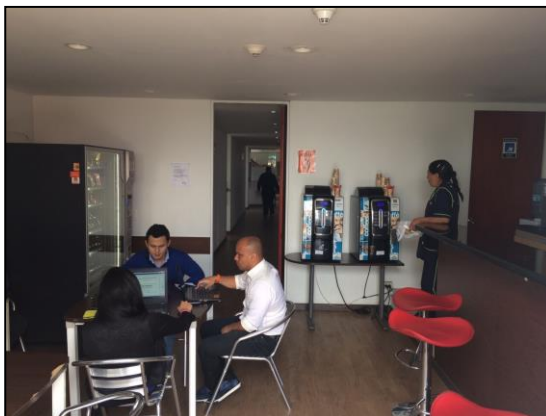


Foto N°5 - Cafetería / Sede Principal

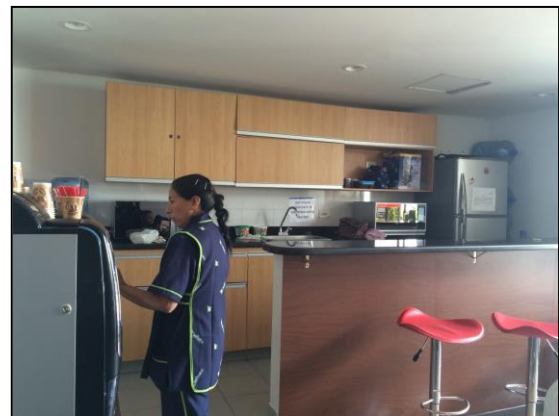


Foto N°6 - Cafetería / Sede Principal



Foto N°7 - Áreas Comunes / Terraza Sede Principal



Foto N° 8 – Áreas Comunes / Sede Principal



Foto N° 9 – 1ra Planta Salón Principal / Sede Principal



Foto N° 10 – 1ra Planta Salón Auxiliar / Sede Principal



Foto N° 11 – 2da Planta Salón Principal / Sede Principal

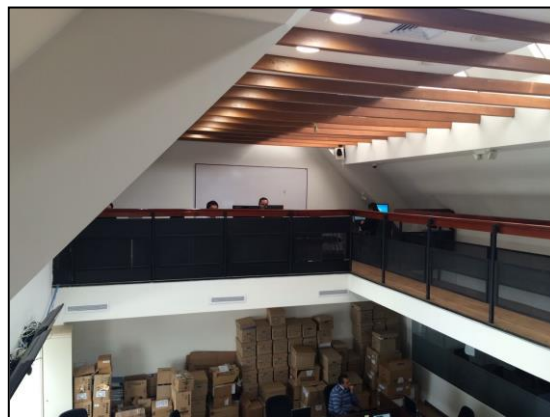


Foto N° 12 – 2da Planta Zona Auxiliar / Sede Principal





Foto N° 13 – Salón Principal / Sede Equidad



Foto N° 14 – Oficina de Gerente de Área / Sede Principal

## Instituto Distrital IDARTES

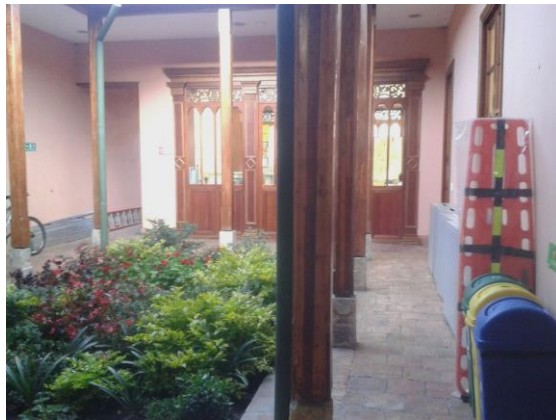


Foto N° 1 – Entrada Principal a las oficinas



Foto N° 2 – Oficina (1) de Gerencia



Foto N° 3 – Oficinas Áreas Artísticas



Foto N° 4 – Oficina (1) de Gerencia



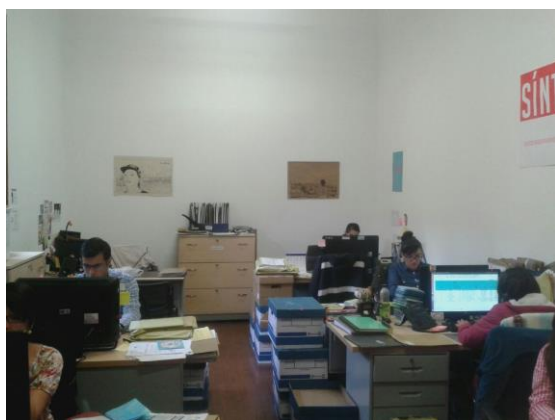


Foto N° 5 – Oficina Área de Convocatorias



Foto N° 6 – Oficina Área de Convocatorias




Foto N° 7 – Oficina Área Artísticas



Foto N° 8 – Oficina Área Artísticas

### Anexo N°3 – Entrevistas Transcritas

 <b>Universidad Piloto de Colombia</b> UN ESPACIO PARA LA EVOLUCIÓN	FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS	PROGRAMA DE PSICOLOGÍA	JUVENILIZACIÓN DE LAS PRÁCTICAS LABORALES EN LAS ORGANIZACIONES
FECHA: FEBRERO 23 DE 2015	PROFESOR: GERMAN CORTES	NOMBRES: IVAN AGUILERA ZAIDA NARANJO VIVIANA SOTELO	ENTREVISTA SEMI ESTRUCTURADA SUJETO N°1

#### Entrevista, Coordinadora Área Convocatorias IDARTES

##### Apertura.

¿Por qué se caracteriza una organización exitosa?

Bueno lo primero que yo creo que hace exitosa a una organización es... su nivel de planeación. Si hay una buena planeación, de todas las acciones de acuerdo a la misión que tiene también la entidad o la organización que sea, sea de carácter público o privado ehhh, creo que puede ser exitosa. Donde no hay planeación, donde se resuelve el día a día creo que uno no hace más sino pasársela apagando incendios pero no hay posibilidades de tener una proyección, la planeación te da proyección. Eso es uno, ¿puedo mencionar varios aspectos?

Otro aspecto que me parece fundamental es la gente, la gente, muchas veces nos dicen y nos enseñan que nadie es indispensable, pero yo no creo tanto eso, yo creo que ehhh... cuando hay mucha rotación en una entidad ... Eso hace, o en una organización, que no halla memoria, que los procesos se fracturen, porque tiene que el tiempo que gastamos en que vuelva alguien, se capacite, son tiempos muertos, sii... pueda que alguien llegue y lo haga muy bien pero en esa fractura, en ese espacio que se va uno viene otro, se va uno viene otro, se va perdiendo parte de la memoria, entonces otra que a veces siento que no tienen muy clara las organizaciones y que es muy importante es la... generar memoria de lo que van haciendo cada persona, sistematizar la información y que eso quede como parte de la entidad, que si esa persona se va y hay un bache de tiempo en el que no hay alguien ocupando ese cargo el que venga pueda leer un documento y se pueda empapar y entender que...cómo funcionaba, que era lo que había ahí, pero muchas veces pasa que se pierde esa información.

## Lenguaje

1. ¿Qué características tiene la comunicación dentro de la organización y que tipo de lenguaje predomina? Informal o Formal

La comunicación bueno, aquí la comunicación es fundamental, creo que nos hemos enfocado mucho en la comunicación hacia fuera pero hay que hacer un trabajo mucho más arduo y minucioso en la comunicación hacia adentro...por que las fracturas en la comunicación son las que muchas veces hacen que no tengamos muy claro los procesos y los procedimientos y pues haya mayor margen de error, mayor posibilidad de error, creo que acá hay un interés muy grande por la comunicación hacia la ciudadanía, porque somos una entidad pública, y esa es nuestra esencia, pero creo que en la medida en que también se hiciera hacia adentro, seríamos...estaríamos muchos más fortalecidos, cuando tú dices... cual es la característica de esa comunicación.. Yo creo que hacia adentro de todos modos sí... Digamos que lo que ha configurado esta entidad es el tipo de personas que trabajan acá y eso hace que a veces sea más amigable el.... Ósea estar en medio del sector artístico hace que las cosas muchas veces pues... En términos de... en algunos términos puedan ser más informales lo que hace que sean más tranquilas, más amigables..... Pero si al ser una institución pública, tenemos que cuidarnos que sea una, que sea una comunicación asertiva eso es muy importante.

Por ejemplo algo que en mi caso con mi área me interesa digamos a la persona que es encargada de comunicaciones yo le digo.... Nuestra comunicación tiene que tener tres características.... Debe ser oportuna, debe ser precisa eehhh asertiva, cuando digo asertiva a que me refiero,... que contenga la información esencial que pueda ubicar a una persona....entonces como estamos en el área de convocatorias pues tiene que ser oportuna porque si yo voy a decir... Haga, haga....una entrevi... recibimos propuestas y estoy comunicándolo, recibimos propuestas la siguiente semana y lo estoy comunicando hoy no es oportuno, la gente no tiene posibilidad de conocer con tiempo la información. Asertiva pues que así sea información muy flash tiene que ser concisa con un mensaje directo, que quiero comunicar, siempre hay que preguntarse qué quiero comunicar.

2. ¿Considera usted que el uso de lenguajes juveniles en la organización genera un valor agregado frente al mercado? ¿Por qué?

Bueno no sé si la comunicación en términos eso... como terminología juvenil, yo sí creo que hay que usar un lenguaje cercano a la comunidad, lo que si hay que hacer es... usar un lenguaje...porque cuando estamos en al marco institucional, nosotros entendemos muy bien nuestros términos, y ehh mmm, hacia adentro está muy bien, pero hacia fuera hay que usar un lenguaje que... cada vez cierre esa brecha que hay entre la institución y la comunidad, la comunidad siempre se siente alejada y por eso tiene tanto distanciamiento, porque nosotros usamos terminologías que ellos no entienden, entonces si por lo menos un lenguaje más cercano y pues bueno por las características de nuestra entidad, tenemos jóvenes pero también tenemos adultos mayores, entonces, lo bueno y lo que yo digamos, mencionaba en el punto anterior era... que al estar en el marco artístico nos damos esa libertad, entonces aquí vienen los Hopper y podemos hablar en un lenguaje muy de ellos, entenderlos, se sienten cercanos, se sienten escuchados por que hay espacios de participación para ellos y para nosotros no es raro que vengan y nos hablen con cierta terminología.

Yo creo que lo... interesante y lo que debe ser es... que en términos de procedimientos en términos formales, cuando tenemos que usar términos técnicos, tenemos que ser técnicos, ósea así usemos un lenguaje coloquial, eehhh amigable o juvenil como tú dices, yo creo que si se da entre áreas, en mi área yo lo siento por que mi equipo, la mayoría, en su mayoría son personas jóvenes, tenemos...la comunicación entre nosotros precisamente es muy fluida, porque estamos, la digamos que... esa flexibilidad de comunicación en lo informal no lo permite, sí.. No es lo mismo que me imagino que estar en una entidad privada, trabajar en un banco en el que todo mundo seguramente se habla en otros términos pero, también es muy importante no perder de vista que cuando hay que hablar en términos técnicos, hay que hablar en términos técnicos, cuando tu sustentas o fundamentas una posición, tiene que ser desde lo técnico.

3. ¿Esta tipología de lenguaje juvenil o formal e informal, le puede generar este valor agregado?

Puede generar valor agregado pero también puede generar conflicto, porque la gente a veces muy en la informalidad cree que todo es muy tranquilo, se lo toman muy relajado y resulta que, como te decía, estamos en el marco del sector público y es muy serio faltar a un procedimiento, es muy serio no tener en cuenta como el... si como.... si eso como, el valor agregado puede ser como en términos de relaciones de clima laboral, ese es el valor agregado, pero también en términos de procedimiento puede generar problemas porque la gente se lo puede tomar muy a la ligera.

### **Identidad.**

4. ¿De qué manera cree usted que los trabajadores se identifican con la organización?

Umm hum, aquí pues yo creo que como en la mayoría de las áreas misionales, hay artistas que representan a su sector eso hace que la apropiación sea mayor, porque también han vivido los dos lados no... estar afuera siendo artista ehhh buscando un espacio de participación y representación en una institución desde afuera, desde la gestión artística y pasar a ser funcionario de una entidad que, busca el fortalecimiento a las prácticas artísticas... Pues eso genera un sentido de pertenencia diferente, yo creo que ese es el plus de esta entidad siempre como que, he reconocido que esta entidad es diferente, pero me imagino que se debe a eso, que las personas han estado del otro lado siendo artistas buscando espacios, gestión y ahora como funcionarios vienen a representar a su sector, eso les genera una apropiación y una vinculación diferente con su trabajo.

5. ¿Qué cree usted que es una organización juvenil y como se caracteriza?

Una organización juvenil... claro uno en primera instancia siendo muy a la ligera podría decir, pues que este conformada por jóvenes, más en términos etarios, pero no se... si la pregunta va más allá y es como... esta es una, cuando... puede ser en varios sentidos si tú me preguntas esta es una entidad joven porque va a cumplir hasta ahora cuatro años, la entidad misma es cuatro o son las personas que integran... Pues bueno yo no tengo conocimiento... esta entidad ha crecido mucho antes yo podía decir que acá había muchas personas jóvenes, pero no sé en los clan y eso pues... como sea... yo si

siento que más que lo juvenil es estar en el campo de lo artístico, lo que la oxigena y lo que la hace una entidad con una energía diferente, que fluye diferente, que la gente tiene otro nivel de compromiso, sí en cada área hay personas jóvenes, muy jóvenes liderando procesos... ¿que se puede considerar una organización juvenil?, pues yo creo que eso no es solo un tema de la edad, yo creo que es un tema de actitud, también, y es entender que todos los procesos sociales surgen una transformación, que así mismo uno tiene que ir al ritmo de esas transformaciones sociales, siempre evaluando y siempre reformulando políticas, estrategias de ejecución, creo que es un plus que hayan personas jóvenes acá, porque, pues creo que es una escuela, una muy buena escuela para ellos, pero decir que esta es una entidad juvenil, pues no.. Ósea es muy variada, sí, sí hay una incidencia digamos de funcionarios vinculados que son muy jóvenes, lo que sí puedo ver es que también en algunas áreas hay personas muy jóvenes liderando equipos, que eso también es interesante, que esta entidad de esa posibilidad sí...

Entre los gerentes hay algunos que, pues bueno cuando decimos jóvenes es que, de todos modos siempre se entiende que una persona que ya sea jefe esta alrededor de los cuarenta años por su nivel de experiencia, hay unos pocos que, que son... que son jóvenes digamos por decirlo así, pero creo que si ha habido un buen resultado porque también son personas que tienen ideas oxigenadas que, que además no tienen los vicios, que pasa, que seguramente algunos tienen mucha experiencia en el sector público y en el sector cultura, mucha experiencia, pero a veces al tener también tanta experiencia uno ya tiene ciertos sesgos, entonces que llegue una persona joven pues llega también a renovar a cuestionar y eso es importante. No todos son jóvenes pero creo que lo que enriquece es que en un comité o cuando estamos tomando decisiones hay diferentes posiciones y nos lleva a reflexiones interesantes para, para ver y pensarnos nuestra entidad.

6. ¿De acuerdo a las dinámicas de trabajo en la organización, cuáles cree usted que son las características de las personas que hacen parte de ella?

Bueno pues el plus es que, una persona joven esta de alguna manera, también depende de una actitud personal, pero una persona joven esta con todo como, como para esculpirla no, como para darle una forma, como para poderla orientar ehhh creo que cuando uno sale de la universidad uno tiene un abanico de posibilidades, pero

precisamente a ti lo que te hace ser especialista en un tema muchas veces ni siquiera es hacer una especialización, sino la experiencia y la trayectoria que tengas en un tema, entonces poder enfocar a jóvenes dentro de una organización para fortalecer ciertos aspectos o ciertos potenciales, pues son fundamentales, en mi equipo lo vivo así como tú lo dices, es porque tengo muchas personas jóvenes y eehh siempre estoy como en esa proyección, no, como eehh si hoy sabes hacer esto, ósea que todos, en la medida que se vayan especializando en su tema, vayan teniendo mayores responsabilidades y vayan conociendo más el tema global de lo orgánico, de lo que funciona en la oficina, entonces yo ya conozco muy bien mi tema pero entonces ahora me voy a empapar de otro y me voy a empapar de otro porque eso me permite tener una visión global y general y eso hace que una entidad sea mucho más robusta, en la medida que yo sepa más de todo pues mejor jummm.

### **Innovación & Velocidad.**

7. ¿Cree usted que para las organizaciones es importante incluir trabajadores jóvenes y hacer uso de las TIC's para garantizar su éxito y perdurar en el tiempo?

Si claro, pero eso como te decía esta... si, si claro es importante la vinculación de jóvenes, creo que también con una proyección, ósea jóvenes que empiecen en ciertos cargos donde se puedan entrenar, que cumpla una función de entrenamiento con miras a una proyección dentro de la entidad, eso es importante, así la participación de los jóvenes me parece interesante, porque llegan, conocen se empapan, eehh por que esta bueno empezar de alguna manera desde abajo hummm, pero que también la gente pueda tener garantías y sentirse seguro de que puede crecer dentro de esa entidad, porque eso lo motiva a aprender y no va estar todo el tiempo mirando hacia fuera sino está mirando cómo puede aportar en su entidad. Y las tic claro, son fundamentales, ósea son herramientas con las que contamos hoy en día y que las instituciones realmente, lo que aportaría su capacidad instalada es tener unas herramientas tecnologías que permitan mas también cerrar las brechas entre los ciudadanos, entre nosotros mismos, hoy en día ya tenemos que pensar en reuniones formales por Skype, porque no, ósea el tiempo, la noción de tiempo y espacio han cambiado, y la noción de red ha cambiado también, entonces ya no es la red de venga gestionamos, nos unimos, nos movemos, hoy en día

contamos con herramientas y elementos que nos permiten tener una incidencia mucho más fuerte y optimizar el tiempo, claro que sí, ósea me parece muy interesante las videoconferencias, ese tipo de cosas a eso hay que apuntarle.

8. ¿Qué tipo de estrategias utiliza la organización para alcanzar la innovación?

Pues la institución... es un poco más difícil realmente porque acá vivimos atendiendo también el día y sobreaguardando como toda la carga laboral que hay, eehh lo único que yo veo es eso, como que, a ciertas personas nos dan la posibilidad siendo muy jóvenes de liderar equipos y que tenemos un respaldo para ello, entonces esa es la participación que veo.

En mi equipo yo como lo hago, precisamente como te decía, como, yo trato de identificar para que es bueno cada uno y cada vez darles mayores responsabilidades que pueden ser temas sencillos, pero que se vayan empapando, que cada uno lidere un tema, o sea el responsable de un tema, porque eso ya lo pone en otro lugar, darte responsabilidades es decir ahhh yo tengo que estar pendiente de todo esto, cuantas personas involucro en mi trabajo, eehh planear, hacer un cronograma, enviar unos correos ósea, darle responsabilidad a una persona joven es como completar ese ciclo para mí, en la medida que yo voy viendo que van respondiendo les voy dando mayor y mayor responsabilidad.

**Estética.**

9. ¿Qué tan importante cree usted que es para la organización ser atractiva para las personas que trabajan en ella como las que no?

Pues yo creo que eso es fundamental, cuando tú te destacas, es porque me imagino que estás haciendo algo bien, porque inspiras a otros y creo que eso lleva a un nivel mucho más profundo de pensarse en términos de desarrollo, cualquier institución, cualquiera que sea privada o pública tiene un objetivo, cumple un fin y tiene una misión, si se empieza a destacar por ello quiere decir que está haciendo muy bien las cosas y de alguna manera está contribuyendo al desarrollo de la cultura, el desarrollo económico, el desarrollo social y es lo que también hace atractivo a un país para la inversión



extranjera. En la medida en que las empresas y nuestras instituciones se vean más robustas, creo que es un potencial para todo, ósea para nuestro país, para nuestra economía, creo que es fundamental y para las personas que están dentro mucho mejor porque, qué bueno que la gente trabaje en un sitio donde se siente agradada, donde dice oiga yo quiero estar ahí, ese sitio me permite desarrollarme como profesional, desarrollarme como persona, cumplir mis sueños porque es que eso es lo que debe cumplir una organización, no solo unas personas que van y cumplen unas funciones en un tiempo determinado, sino como eso hace parte de la construcción de tu vida, porque en la medida que te enriquece pues quieres estar ahí.

10. ¿Qué actividades realiza la organización para que los trabajadores sientan que son su imagen y se identifiquen con ella?

Pues realmente creo que si nos falta mucho, no hay muchas actividades que generen como esa pertenencia, yo creo que la gente realmente aquí es muy comprometida con su trabajo. Debería ser más cosas que lo potencializaran más, eso es algo que lo hemos pedido.... eso también hace parte de.... de las personas que están a cargo del tema de talento humano no... Pero esa gestión de manera más integral que...pero realmente no hay muchos espacios para ello acá, yo creo que la pertenencia que hay aquí es más por lo que yo te decía antes y es el representar a un sector al cual perteneces, de alguna manera desde adentro mover cosas para el beneficio y resolver las necesidades de un sector al cual tu perteneces, pero sí creo que no hay muchos espacios para ello.

### **Cierre**

¿Ha escuchado usted a cerca de la juvenilización?

No... Me imagino, me hago una idea claro, cuando dices esa palabra de una vez me lleva a pensar en dos cosas, en que los jóvenes tengan más espacios de incidencia y participación en la organización, que cada vez más se tomen, que sean las personas que lideren o sean las responsables de ciertos temas, que eso va a otro nivel más grande, que si pasa eso también lleva a la oxigenación y reverdecimiento y juvenilización de las entidades, que creo que eso es importante que las entidades se vean renovadas no.. sobre todo en el sector publico pasa pues nosotros porque somos jóvenes, nos vemos atractivos

y por qué además estamos en el sector artístico entonces a todo el mundo le parece llamativo, pero entidades como... si uno habla Planeación Distrital, Planeación Nacional ósea eso es como huicchh suena como un ladrillo, Secretaria de hacienda huicchh, pueden ser temas económicos y eso, pero yo creo que cuando están liderados por jóvenes, y va a una reunión eso me he dado cuenta, por ejemplo, que a la gente le parece llamativo y es como inspirador, por lo menos donde pues... no sé si yo sea tan joven o no, pero por lo menos en los espacios en los que yo estoy y voy a reuniones y voy a liderar temas la gente me dice huy tu tan joven y a la gente le causa curiosidad, que puede pasar, ganarse ese espacio es difícil es un pulso porque muchas veces por verte tan joven creen que no tienes el suficiente conocimiento para ir y plantear un debate un tema.

¿Se es conocido el joven como sinónimo de rebeldía, irresponsable, ahora crees que ha cambiado ese concepto?

Si, por que además la dinámica también de la educación ha cambiado, entonces tú ves que cada vez como estamos en una sociedad más competitiva y en una sociedad pues que va a un ritmo súper acelerado, tú ves que una persona de treinta años ya tiene una carrera, un máster y un doctorado, entonces pueden ser personas.... pero ojo porque yo que pienso... que muchas veces no es tanto los títulos que tu tengas, sino la experiencia, lo que lo hace a uno como profesional es la experiencia, entonces pues por ejemplo en ese caso, yo no soy una persona de treinta años que tiene esas tres condiciones, pero soy una persona que tiene amplia experiencia laboral y eso creo que es lo que, pues es una de mis fortalezas y por ejemplo que otra cosa, que la he tenido en diferentes ámbitos, en el sector público, en el sector privado, en comunidad, en institución entonces eso hace que mi conocimiento pueda ser más integral y por eso te digo que es un pulso, cuando tu llegas a espacios a defender cosas, me ha pasado... que es como tu no.. Porque de pronto no sabes, pero resulta que sí, pero pues hay que tomárselo con calma y uno se los va ganando porque precisamente muestra uno que esta empoderado del tema que conoce, del tema que lidera.

¿Qué características puede tener algo que esta juvenilizado, por ejemplo tu oficina?

Bueno si me dices que mi oficina, lo primero que pienso es que muchas personas son jóvenes, pero también puede ser que es una oficina renovada, también no... que pueda que las personas sean mayores sí, pero es una oficina renovada que tiene una cara más fresca, cuando tú me dices el termino Juvenilización, yo pienso en una cara fresca, amigable, relajada que eso es importante ósea, no para ser serio en tu trabajo, tienes que ser una persona de corbata, con una postura rígida, al contrario creo que esas cosas, esas posturas dificultan muchas veces los procesos, entonces juvenilizado es como una cara fresca, eso es como en lo que pienso y pues en este caso, eso, renovación o porque este integrado por personas jóvenes.

¿Crees que juvenilización lo podemos relacionar con identidad, innovación, apropiación y velocidad?


Innovación si, mmm, si de alguna manera son características propias de... de ese estado vital de ser joven no, la velocidad por supuesto, la innovación estar renovado, la identidad creo que es una construcción, porque solo tú puedes generar identidad cuando tienes cierta experiencia, entonces creo que es un motor, claro, es una construcción de identidad, cuando eres muy joven tu todavía no tienes una identidad bien definida, eso realmente te lo da la experiencia, entonces ahí... si es identidad como persona, pues creo que es una construcción.

Cuando tú me dices juvenilización, en el sentido etimológico de la palabra estamos hablando de algo que se está moviendo, es un movimiento y quiere decir que ese movimiento juvenil se está tomando algo, para que algo sea un movimiento tiene que tener una identidad o si no se cae, yo lo siento que es como eso, bueno yo sobre todo por mi formación, lo veo eso, como la juvenilización: es un movimiento social podría ser, un motor social, un fenómeno social, por mi formación sociológica lo llevo a ese tema de los movimientos sociales o fenómeno social y para cualquier movimiento social o fenómeno social tiene que tener una identidad, para permear y permanecer, si es un fenómeno, precisamente un fenómeno se está moviendo, está ubicándose, si realmente cobra esa identidad podría, podría tener pertenencia, podría tener pertenencia, podría tener apropiación, sino será un fenómeno que pase y ya, pero creo que la juvenilización.... de pronto no pase, porque es como el espacio que se ganó la mujer y ha

permanecido, las mujeres antes no tenían tantos espacios de incidencia en la participación social, y creo que en algún momento esto fue un motor que se empezó a mover un fenómeno y hoy en día es gradual, si tú ves la mayoría de los líderes, de procesos, de entidades, de áreas aquí mismo son mujeres, son mujeres, entonces permaneció porque era como abrir el espacio a algo que era importante, que teníamos el potencial que se reconoce el potencial y ya.

¿Se podría pensar esto mismo con la Juvenilización?

Pues yo creo que sí, creo que es un movimiento y por lo que te digo, porque ya la dinámica académica y profesional está cambiando, ya cada vez más también las áreas saben que mostrar una cara fresca hacia fuera, mostrar un gerente de una empresa, un gerente general joven es atractivo para los demás. También porque estamos en la sociedad de la belleza, no por que necesariamente tengo que ser lindo o atractivo físicamente, pero es que una cara joven muestra.... he hecho tu vez en todas las campañas publicitarias siempre esta una cara joven, porque es como mostrar estoy oxigenado, estoy fresco, estoy con posibilidad, estoy fuerte, vigoroso, soy veloz, entonces creo que este fenómeno es más profundo de lo que uno pueda creer, creo que puede ser un potencial si los jóvenes también lo saben aprovechar como las mujeres lo hemos sabido aprovechar en algún momento.

 <b>Universidad Piloto de Colombia</b> <small>UN ESPACIO PARA LA EVOLUCIÓN</small>	FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS	PROGRAMA DE PSICOLOGÍA	JUVENILIZACIÓN DE LAS PRÁCTICAS LABORALES EN LAS ORGANIZACIONES
FECHA: FEBRERO 23 DE 2015	PROFESOR: GERMAN CORTES	NOMBRES: IVAN AGUILERA ZAIDA NARANJO VIVIANA SOTELO	ENTREVISTA SEMI ESTRUCTURADA SUJETO N°2

## Azteca Comunicaciones – Gerente de Recursos Humanos

### Apertura

¿Por qué se caracteriza una organización exitosa?

Es una buena pregunta, ¿porque se puede caracterizar? Bueno, primero por los resultados, debe tener claro para donde va, cuáles son sus objetivos y evidentemente cumplir esos objetivos, entonces una empresa que se dice ser exitosa debe tener ese complemento del resultado, ¿en qué otra cosa se caracteriza? En su gente sin duda alguna, debe ser gente comprometida, gente... como le digamos, debe tener buena actitud... Gente... yo le llamaría gente alegre ahora está muy de moda la felicidad en las compañías, creo que es la gente que cumple con los resultados, tienen de alguna manera alegría para poder cumplir, se caracterizan las empresas exitosas por tener buenos líderes, y cuando hablo de buenos lideres hablo de personas honestas, integra, que no solo sean buenos en su área en su parte técnica, sino que sean buenos en la administración de su gente, bueno, buenos financieros, aunque no sea su experticia el área financiera.. buenos seres humanos, buenos para comunicarse, buenos para desarrollar su gente, para enseñar, para llamar la atención cuando la tengan que llamar, para motivar, para reconocer... no se creó que esas serían las características o al menos las más importantes desde mi punto de vista de una empresa exitosa.

### Lenguaje

1. ¿Qué características tiene la comunicación dentro de la organización y qué tipo de lenguaje predomina?

¿En esta compañía? Ya no es la empresa ideal...o una empresa exitosa?... bueno en esta compañía, híjole!! La comunicación se da mucho en temas de urgencia, de las

urgencias no!!! De las cosas importantes, pero sobretodo de las urgencias.. y la comunicación se da mucho, en temas de correo, y se presenta a través de las tecnologías, en temas del WhatsApp, telefónica, personalizada, pero esa se da cada vez menos, si? la gente esta o estamos tan ocupados, qué a veces la comunicación personalizada no se da tanto, a veces se me hace fácil enviar un correo, sin ehheh saber si mi interlocutor lo entendió como yo lo quise mandar, ahora les digo el WhatsApp, ahora uno trabajo con varias vías a la vez, ahorita estoy hablando con ustedes y puedo estar revisando un correo, entonces la comunicación se da muy rápida se da muy fluida, pero no necesariamente es la más adecuada la más acertada, entonces una de las áreas de mejora que tienen la mayoría de organizaciones es un tema tan básico como lo es la comunicación, y buenooo aunque azteca que nos ha ido muy bien, es una compañía joven aquí en Colombia tiene 3 años, claro pertenece a un grupo que tiene más de 100 años en el mercado mexicano, con más de 100,000 empleados, el grupo salinas que tiene presencia en 8 o 9 países en Latinoamérica, aquí en Colombia es una empresa muy jovencita esteee que nos ha ido bien... pero también tenemos nuestras carencias y problemas de comunicación sin duda alguna.

¿Qué tipo de lenguaje? Como les decía se da más el escrito, más el informal de repente que el formal ehheh la mayoría de la gente y a mí me llama la atención porque no es malo.. Son estilos, es cultura quizás, aquí muchas veces la forma de dirigirme es ... Hola!!! Necesito esto y es cultura, es muy respetable, no tiene nada de malo, mientras el resultado sea el esperado, pero a veces hay mucha informalidad no? ¿Se va al extremo? Siiii esteee mi estilo es diferente no sé si por la cultura o por mi formación personal... yo siempre escribo: Zaida Buenos Días cierto? Buenas tardes estee, aquí el que sea escribe... hola!!! Entonces es una información informal y una comunicación escrita la que predomina, llámese correo, llámese WhatsApp, entonces es una comunicación escrita.

2. ¿Considera usted que el uso de lenguajes juveniles en la organización genera un valor agregado frente al mercado? ¿Por qué?

Si síii sin duda yo creo que las compañías se deben ir adecuando a ahh las nuevas tecnologías, primero a las generaciones nuevas, entonces bien manejado esto funciona y funciona de maravilla!! El tema es que usado en abuso, también es malo, acuérdense que todos los abusos son malos!! Listo!! Pero bien utilizado bien esteee manejado es fenomenal, y los no tan jovencitos debemos adecuarnos a este tipo de tecnologías.

Les decía que si... mmm si bien el tema de la urgencia cuando es también utilizado de una forma excedida puede ser peligrosa, ehh la tecnología entre otras cosas ayuda a trabajar de una forma más rápida, ehh las compañías hoy requieren que las personas trabajemos con mucha velocidad, de hecho uno de los valores de la compañía es... usted lo sabe... se llama rápido y simple, entonces una herramienta como el WhatsApp es fabulosa, y va muy alineada a ese valor, rápida y simple, entonces por supuesto, tema es cuidar no abusar de ellas, yo creo que valdría la pena como reglamentar un poquito, en que se puede utilizar el WhatsApp que ayuda muchísimo, y en que no se puede utilizar el WhatsApp, hay temas delicados, temas confidenciales donde no, se debe dejar un sustento, mejor... y el WhatsApp cae un poquito en la informalidad, listo!! Y hay temas más delicados más confidenciales, más complejos que hay que hacerlos por una vía más formal, el WhatsApp no es exactamente la más adecuada, pero ben utilizado, bien reglamentado fenomenal!!!, fabuloso!! Además que el WhatsApp yo puedo estar en mi casa, usted me puede hacer una consulta a cualquier hora, puedo estar de vacaciones como ahora voy a estar, y usted me puede hacer una consulta, y aunque yo este.. Este dándole un abrazo a Mickey Mouse le digo a Mickey mouse espérame tantito, que voy a mandar un WhatsApp y le contesto a usted... entonces es espectacular listo!!

### **Identidad.**

3. ¿De qué manera cree usted que los trabajadores se identifican con la organización?

Mira Zaidita, en el caso de azteca telecomunicaciones Colombia, hay una cosa bien bonita, nosotros empezamos aquí con un proyecto q nos ehha además de muy

interesante, y del negocio que puede ser desde el punto de vista económico, tiene una parte muy bonita... y es hacer país, eh... al nosotros haber llevado 18,000 kilómetros de fibra óptica eh en este país en aquellos lugares donde no existía el internet, la fibra óptica, además acuérdate de que aquí en Colombia hay unos grandes monstruos de la tecnología y las comunicaciones como claro es la número 1 de Latinoamérica eh la empresa del hombre 1 o 2 más rico del mundo y telefónica una de las compañías española más importante en telecomunicaciones también en varias partes del mundo, esteee no habían llegado allá, y nosotros ser partícipes de esto, es mmm ha sido algo maravilloso, yo creo que el arranque el trabajar en azteca comunicaciones Colombia fue eso no? Hacer país, llevar bienestar a la gente que más lo necesitaba, llevar comunicación a la gente que más lo necesitaba, vi el otro día un video de Casanare... Un lugar recóndito de cómo reaccionaban los habitantes con lo que está sucediendo ahora que les está llegando el internet, a pesar de Colombia es un país tan grande tan desarrollado, imagínense nosotros estamos llevando internet al 80% del país, no lo estamos trayendo a Bogotá que es la ciudad donde más conexiones a internet hay, ni a Medellín ni a Cartagena, pero estamos llevando donde la gente está más olvidada, y ahora estamos haciendo lo mismo en Perú, entonces.. Respondiendo a su pregunta yo creo que los trabajadores se identifican con ayudar a Colombia, la responsabilidad social.

#### 4. ¿Qué cree usted que es una organización juvenil y como se caracteriza?

Bueno, como les digo mamá el tema en las organizaciones se ha ido mmm acomodando en base a generaciones mmm digo en el caso de mi padre o mi abuelo son la generación Baby Boomer y que tenían ciertas características listo? Esas eran como los jóvenes de los años 60, después de los Baby Boomer vinieron la generación esteee como los llamaban??

Creo que eran los de la Y con otras características, luego viene la Z y finalmente voy a llegar a la que está ahora que son los millennials entonces esteee, las organizaciones repito!! Se tienen que acomodar o adecuar a las generaciones, la gente se tiene que adecuar a una compañía pero también la compañía, los líderes y más



cuando ya no somos tan jóvenes se tienen que adecuar a las nuevas generaciones, y tienen que entender a las nuevas generaciones, no es lo mismo ser mmm que le digo las generaciones de mi Papá o mi Abuelo, lo que buscaban, como trabajaban, por ejemplo la gente era mucho de trabajar sus horas entraban a las 8 salían a las 6, hoy las nuevas generaciones no necesitan cumplir con ese horario, necesitan más libertad, necesitan más tiempo para ellos, las nuevas generaciones necesitan trabajar no de una forma mmm como le quiero decir... no necesariamente presencial, por ejemplo, el teletrabajo que es algo que nosotros estamos explorando, las nuevas generaciones le puede sonar hasta chistoso, están en el baño y bueno no sé si les ha pasado pero a veces puede estar uno en el baño y hay personas contestando una llamada y muchas veces es de trabajo, o hay gente yo he visto escribiendo un WhatsApp muchas veces puede ser del trabajo o a la novia o esposa, normalmente esto lo hacen mucho las generaciones juveniles que usted llama no? Los jóvenes de ahora no buscan tanto el tema de la plata, buscan más bien aprender, buscan más crecer, desarrollarse, pero desarrollarse de una forma muy rápida, las nuevas generaciones son más informales, ya no le dicen a usted.. Hola Buenos Días antes de dirigirse a usted... Dicen oye necesito esto, o requiero esto etc., esas son las nuevas generaciones, digo no trabajan con tanto formalismo este y respetan más que la edad el conocimiento, esas son las nuevas generaciones, más que la jerarquía, las nuevas generaciones respetan a la gente que sabe, a la que le pueden aprender, no necesariamente debe ser joven o viejo, si saben, las nuevas generaciones es lo que les gusta.

¿Y qué consideras que es azteca en este momento? ¿Conservadora? ¿Juvenil?

Mira Zaidita Azteca en estos momentos tiene gran influencia juvenil, no tengo el dato exacto pero el promedio de chicos que tenemos en este momento aquí debe de andar fluctuando en los 28 años, entonces nosotros tenemos una mezcla rica pero tenemos diría yo un 40% de generación juvenil, entonces nuestro estilo tiende a ser más informal, no somos totalmente juveniles porque no... pero tampoco caemos en la compañía de la generación de los viejos, no no no, somos una compañía flexible, no se... nosotros tenemos algo los viernes que se llama pico y placa que le damos un espacio a la gente un viernes si un viernes no, estamos implementado teletrabajo,

nosotros empezando por la gerente general trabajamos con WhatsApp, sin problemas eh, yo me comunico con Alexandra Reyes entre semana misma, en fines de semana ni se diga, a través del WhatsApp, y la comunicación es inmediata, pero son temas de una pregunta, no es un tema formal, son más bien temas sencillos, son temas de consulta, de intercambiar mensajes durante 3 minutos y no más, se acabó, en temas densos el WhatsApp no es la mejor opción, sirve para que yo le mande una foto mira lo que veo!!! O mira esto!!! Solo son consultas rápidas para confirmar, para hacer un pedido, en fin, para anticiparnos, pero ya para un plan de trabajo o tema formal o algo, el WhatsApp no es la mejor opción

5. ¿De acuerdo a las dinámicas de trabajo en la organización, cuáles cree usted que son las características de las personas que hacen parte de ella?

Mira yo creo que una que predomina, Zaidita es que la gente aquí en azteca es gente preparada, pero es gente preparada técnicamente, es gente comprometida con la compañía con su trabajo, que más te puedo comentar??? Gente trabajadora, gente responsable, gente buena vibra, en general hay de todo y aquí no somos la excepción.

¿Y esas características que tú considerarías del trabajador ideal?

Bien hace rato les hablaba un poco de los líderes de ser íntegros, integrales, eh, creo que algo que nos falta aquí es que si bien en la parte técnica somos muy conocedores que el ingeniero de la instalación, que le dé recurso humano en sus herramientas en gestión humana, no somos integrales, nos falta desarrollarnos más para que nuestras cabezas mmm digamos no solo sean buenos en mm tesorería sino que además sean buenos líderes, sean buenos colaboradores, sean buenos eh, pares, si? Cuando son del mismo nivel para ser buenos o mejores seres humanos, entonces creo que debemos trabajar en esa parte, para que nuestra gente en general sea más integral.

### **Innovación & Velocidad.**

6. ¿Cree usted que para las organizaciones es importante incluir trabajadores jóvenes y hacer uso de las TIC's para garantizar su éxito y perdurar en el tiempo? Explique

Bueno si es bueno si importante, meter gente joven, la sangre nueva la gente joven ayuda mucho, si bien vienen a aprender, también vienen a enseñar, las generaciones nuevas si son gente bien formada, y no me refiero solo a la parte académica sino también formada en valores, en familia, no solo vienen a aprender repito, también vienen a estudiar, nos enseñan a todos, entonces sin duda es necesario que venga gente joven, sin duda es importante el tema de la tecnología, pero no sé si garantice el éxito, o no pero yo tendría mis dudas, de lo que si estoy seguro es de que la tecnología ayuda a hacer las cosas más rápido, más sencillas si de eso no me cabe la menor duda, que ayudan al éxito no se me hace, de una forma tan palpable, un negocio pequeño puede ser exitoso no necesariamente trabajando con mucha tecnología y esto pero puedo ser más eficiente mucho más rápido, puedo ser mucho más efectivo y puedo estar más en la frecuencia del mundo actual con la tecnología sin duda alguna, entonces por ende la tecnología me ayudaría a ser más exitoso, pero no lo veo como determinante para serlo, ustedes conocen gente que es exitosa pero no necesariamente es la más exitosa, pero si esa gente utilizara más la tecnología sería más exitosa.

¿Y aquel factor que si determinaría el éxito?

Yo creo mucho en el tema de la actitud que es fundamental para que una persona sea exitosa, evidentemente va de la mano con la preparación, que es muy importante, porque dicen que hay que estar preparado para cuando lleguen las oportunidades, porque yo puedo tener la mejor actitud pero si no tengo los conocimientos mmm estoy frito, este yo creo q la actitud abre puertas, es un ingrediente fundamental, no es todo pero para mí es de los más importantes, y va de la mano con los conocimientos... mmm actitud también es humildad, cuando la gente tiene un problema con el ego, mmm hace ratito veía un video que para ustedes va a ser muy familiar es de la selección Colombia, es un discurso de Pekerman él decía al principio que los jugadores lo primero que tienen que controlar es el ego, si el señor James o este otroo Falcao no controlan su ego, como el señor del real Madrid Ronaldo, este pues no controlar su ego pues imagínense!!!, entonces lo primero que debe controlar una persona y más cuando es exitosa es el ego si? Y ego es parte de la personalidad de la persona, pero también tiene una parte de actitud, cuando la gente es humilde, cuando la gente le

dice digamos a un joven: usted no opine porque usted no sabe... no!!! Yo también le aprendo a usted Viviana sin lugar a dudas, se llama más humildad, pero hay líderes aquí que dice: Yo soy el director general de esta compañía, que me va ayudar usted a mí?, y si la persona no se baja un poquito de esa dirección general y se ve igual a usted le aseguro que le puede aprender a usted muchas cosas y es actitud y humildad, a nosotros nos da más resultados la gente que quiere hacer las cosas que la gente que sabe hacer las cosas, yo prefiero trabajar con gente que quiere hacer las cosas que los que presumen que saben hacer todas las cosas, y normalmente me da mejor resultado.

#### 7. ¿Qué tipo de estrategias utiliza la organización para alcanzar la innovación?

Buenooooo este Azteca trabaja en Colombia, con distintas herramientas, mi teléfono tiene WhatsApp, tiene roaming internacional, estee yo trabajo también para Perú, voy a México etc. etc. y me pueden localizar en cualquier momento trabajamos con tecnología, sin problemas, pero no a la altura del grupo Salinas del cual es parte esta compañía aunque bueno grupo Salinas lleva 100 años en el mercado, así que grupo Salinas hace sus propios desarrollos y son muy ambiciosos, debo decirles que grupo Salinas en México, donde esta nuestra casa matriz, una de las personas más atractivas en el mercado son la gente de sistemas y porque? Porque el grupo invierte mucho en trabajar con herramientas de ultima si? De estar actualizando a su gente, fíjense entre otras muchas compañías de grupo Salinas, trabaje en el corporativo, yo fui el responsable del grupo Electra que tiene 40.000 empleados para que ustedes sepan, 2000 tiendas 1000 en México y mil distribuidas en centro y Sudamérica y en el corporativo éramos 4000 empleados de los 4000 quiero decirle que 1600 empleados eran empleados de Itel que representan alrededor de 40%, creo que los números son fríos pero le puedo decir qué importancia le puede dar el grupo a la parte tecnológica 40% de una plantilla corporativa central es gente de Itel, entonces el grupo se distingue por hacer sus propios desarrollos, estee entonces este sería un plus vs otras compañías, la gente de Itel es muy atractiva en México porque en otras empresas las mismas personas manejan tecnología hecha o SAP etc, nosotros en grupo Salinas manejamos sistemas hechos en casa, son desarrollados por nosotros, en el caso de azteca comunicaciones Colombia hacía allá vamos pero todavía no.

¿Y esas estrategias de azteca para la retención de personal?

Pues mira, yo creo que hay varias no? Una se llama el desarrollo, y bueno también me toco conocer un estudio que hizo compensar, fíjese que ellos hicieron un estudio muy importante con los Bogotanos, de las razones principales por las cuales la gente se queda en las compañías, tratando de dar una respuesta... y una de las razones principales la gente pensaría que es la plata, y la plata es importante sin duda alguna incluso estaba en el 3 o 4 lugar pero la más importante se llamó desarrollo, entonces este no es un tema solo de Azteca es un tema también de cultura déjeme llamarlo así, de que es lo que le gusta al Bogotano y no le estoy hablando del Colombiano ehhs, y le hablo de Bogotanos porque el 90% de mi gente está en Bogotá Colombia, los puestos más estratégicos están aquí. Entonces respondo a la pregunta Desarrollo es una, esteee la otra que no lo asumo muy claro por ser una empresa todavía muy joven, se llamaría capacitación aunque no hemos invertido mucho en temas de capacitación, aunque evidentemente trabajamos en el tema de la plata no? Si alguien le hace una propuesta a un elemento que para nosotros es clave `pues si hemos llegado a hacer algo que se llama contrapropuesta o contraoferta aunque ha habido casos donde les triplican el dinero que son pocos y la oportunidad de desarrollo para la persona es tan buena que tampoco nos gusta ser egoístas, ha habido casos, pocos pero los hemos dejado ir, es necesario hacer un análisis hablemos de individuos, porque no son los mismos intereses los de Zaida o Viviana o Enrique para usted puede ser la plata o para mi Familia, listo? Porque si una empresa me tiene 24 horas al día metido aquí hójole!! Yo prefiero, que también nos ha pasado, que me paguen la mitad pero que pueda disfrutar a mi familia, digo que es importante saber eso y preguntar mmm porque te quieres ir Zaidita? Y si usted es un buen elemento para nosotros si es clave y estratégico buscaremos la forma de que se quede y pues la estrategia cambia, no hay una estrategia clara o dibujada, no siempre es desarrollo o tiempo para que usted se quede con su familia.

### **Estética.**

8. ¿Qué tan importante cree usted que es para la organización ser atractiva para las personas que trabajan en ella como las que no?

¿Ser atractiva? Este es importante sin duda, porque la mayoría de las compañías por no decir todas dicen que quieren tener al mejor talento dentro de sus filas, nosotros evidentemente también somos de la misma idea, queremos al mejor talento, y el mejor talento cuesta, no? Y no solo plata porque si fuera plata sería fácil entre comillas traer al mejor talento y bueno les decía hoy que las nuevas generaciones no buscan este la plata como el factor más importante y bueno el hecho también de la imagen de la compañía es importante, les decía que nuestra compañía algo de lo que está haciendo en Colombia es hacer país hay muchas compañía que solo quieren hacer negocio, cierto? Pues nosotros también queremos hacer negocio porque debe generar alguna utilidad este para nosotros esa parte social es muy importante y creo que eso nos da imagen, sin duda el tema de la imagen es importante, porque tenemos que mmm en el mercado de las telecomunicaciones hay unos monstruos de la competencia, ósea competir contra claro que aquí es uno de los líderes en las telecomunicaciones por más que lo quieran o lo odien, la gente puede decir que es muy malo el servicio pero, el mercado lo tienen allí y el señor Slim que es el dueño es el hombre más rico del mundo, ahora con la devaluación del dólar cambio a un 2 o 3 lugar, porque la mayoría de negocios de este señor Slim están en México, ya sabe usted que el dólar en Latinoamérica está golpeando durísimo, y en México no es la excepción, pero bueno!! Imagínese nosotros aquí en Colombia una empresa nueva debemos ganar credibilidad en la gente debemos cuidar nuestra imagen... telefónica otro monstruos no solo en Colombia, además aquí tienen a Une que tiene una parte local importante además el Colombiano como la mayoría de los latinos quiere más a sus negocios locales que a unos mexicanos o unos españoles... entonces el tema de la imagen es importante, influye eh hay gente que a lo mejor no le interesa mucho sino que se va donde le paguen más, entonces como los jugadores de futbol, que les avientan unos dólares más o unos pesos más y se van al equipo rival, se cambian de camisa... mmm les decía el tema de la imagen es importante pero no lo mas importante, porque lo he vivido en varios lugares porque les decía el ejemplo de los futbolistas entonces uno piensa... donde está la lealtad?? A la imagen o al dinero? Entonces la imagen sirve siiii sobretodo para las nuevas generaciones que no nos conocen, cuando yo mm me toca entrevistar

gente o cuando hablamos en una inducción o la capacitación inicial que se le da a todo el personal de nuevo ingreso...yo le hablo del grupo pero no solo le hablo de Azteca telecomunicaciones Colombia sino de todo lo que representa este grupo, entonces ehh y le digo cuando hay un candidato que a los dos nos interesa además de escucharlo a él, a mí me gusta vender a la organización que sepan que no vienen a la tiendita de la esquina, que vienen con un grupo muy sólido, muy importante muy serio y que nosotros trabajamos con uno de los hombres más ricos del mundo según la revista Forbes, que ustedes quizá la han escuchado hablar, cataloga a este señor Ricardo Salinas como el número 183 del mundo y el número 4 en México, entonces no lo dice Enrique León lo dice la revista Forbes, de que le sirve a usted trabajar con una persona de esta envergadura? Bueno pues le sirve porque usted está trabajando con una compañía sólida, una compañía que no vino paraaa estar un año y después cerrar no no es una compañía que quiere hacer cosas serias que no nos va a dejar sin salarios por alguna situación difícil o algo y que por el contrario nos da la oportunidad de crecer y desarrollarnos etc, entonces sin duda el tema de la imagen ayuda, sirve, vende, y otra vez volvemos es cuestión de gustos... que quiere usted ? trabajar en una compañía que también hace país? Que quiere usted? trabajar donde le paguen más? Que quiere usted? en una de las empresas en donde hoy están las mejores empresas para trabajar como Carvajal o 3m? que 3m es americana pero Carvajal es Colombiana, que son de las empresas mejor catalogadas para trabajar, eso sirve y ayuda mucho pero no es lo único ni determinante ni fundamental, sirve para las nuevas generaciones

¿Y para ser llamativo a los nuevos candidatos? O posibles nuevos talentos a incorporar a esta compañía?

Mmm que le quiero decir también mm mire las compañías tenemos una ventaja, déjeme llamarlo así ehh en Latinoamérica tenemos una ventaja y son los índices de desempleo, entonces hay mucha gente que tiene que dejar un poquito atrás la imagen y lo que quieren es una oportunidad, los chicos que son más... lo digo con mucho respeto, mucho más inteligentes dicen mmm ahorita no me fijo mucho en lo que me paguen lo que quiero es la oportunidad de demostrar, de aprender creo que... pues yo fui recién egresado alguna vez en mi vida, entonces creo que en esa etapa de mi vida lo que quería

era me dieran una oportunidad, para aprender, y de ahí pa`arriba depende de mí yo soy, de la idea de que la plata viene por añadidura viene como consecuencia como resultado de no es porque yo digo páguenme más, eso viene porque yo me lo gano, y yo puedo haber entrado ganando 1 y bueno con el tiempo, demostrando lo que puedo hacer, lo que puedo generar para una compañía yo solito puedo poner el valor de mi salario el valor a lo que hago.

9. ¿Qué actividades realiza la organización para que los trabajadores sientan que son su imagen y se identifiquen con ella?

### **Cierre**


¿Ha escuchado usted a cerca de la juvenilización?

No bajo ese concepto de juvenilización no la verdad es que no, no sé si tiene que ver con lo que les platicaba de las generaciones, de los temas de tecnología, pero la verdad no, es un fenómeno de aquí de Colombia

No viene de Europa dice más o menos que para ser competitivos se deben usar algunas estrategias, lo mismo de lo que nos hablabas de que de pronto de la tecnología, ser más rápido, más simple.

Sin duda yo creo que es fabuloso, lo que a mí me parece peligroso es que la gente se vaya a perder pensando que es lo único ehh o lo más importante, en mi opinión ayuda muchísimo pero si usted quiere crecer trascender tiene que ocuparse de eso pero también de eso y de muchas cosas más, uno debe ser amigo de la tecnología hoy los niños traen el chip integrado mi hija de dos años y bueno maneja el iPad mejor que su Papa y su Mama, es impresionante, entonces estee mucho cuidado, la tecnología ayuda muchísimo hay que estar al día con ella, lo que hoy era lo último mañana es obsoleto sin duda, mmm como les quiero decir la tecnología es un hándicap que pueden traer ustedes vs otros candidatos pero no es todo, no se confundan, hay partes que pueden ser peligrosas que yo veo pueden ser peligrosas de la tecnología.



 <b>Universidad Piloto de Colombia</b> UN ESPACIO PARA LA EVOLUCIÓN	FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS	PROGRAMA DE PSICOLOGÍA	JUVENILIZACIÓN DE LAS PRÁCTICAS LABORALES EN LAS ORGANIZACIONES
FECHA: MARZO 25 DE 2015	PROFESOR: GERMAN CORTES	NOMBRES: IVAN AGUILERA ZAIDA NARANJO VIVIANA SOTELO	ENTREVISTA SEMI ESTRUCTURADA SUJETO N°3

### **Azteca Comunicaciones – Analista de Selección**

#### **Apertura**

¿Por qué se caracteriza una organización exitosa?

Ehhhh bueno, considero que una organización exitosa, no solo debe pensar en sus ganancias, sino también, requiere pensar en su recurso humano, es decir, que nosotros los trabajadores estemos satisfechos tanto con las condiciones laborales como con la misma empresa eh hh así puede llegar a ser exitosa, ya que contar con buenos trabajadores ya le brinda un gran soporte o una ventaja frente a otras empresas o grandes compañías, un claro ejemplo de esto es google la cual incorpora todos los factores que envuelven al trabajador para que estos estén conformes y alineados con los objetivos y metas de la empresa.

#### **Lenguaje.**

1. ¿Qué características tiene la comunicación dentro de la organización y que tipo de lenguaje predomina?

Se puede decir que es un lenguaje informal, pero no en la totalidad de la empresa, debido a que este se presenta más que todo en cargos como coordinadores hacía abajo, debido a que esto es muy notorio, con notorio me refiero a que mmmmm los niveles jerárquicos son muy marcados, y es como si hubieran dos clases de lenguajes eh hh esto significa que de directores hacía arriba manejan una comunicación formal pero a la vez entre ellos informal, en cambio mmmmm los demás ya que en su mayoría son jóvenes, en su gran mayoría es informal y de más confianza, a su vez técnico, mencionó esto ya que se muestra muchas diferencias entre áreas y son bastante divididas entre ellas yyy

sus actividades y formas de comunicarse son siempre enfocadas por la forma en que los líderes manejan sus procesos internos en cada áreas.

Ehhh cabe aclarar que la única forma de comunicación interna yyy pues inter áreas es el correo de la empresa o el chat ya que siempre quieren dejar evidencias en la comunicación con otras áreas, mamá ya que son bastante egoístas en cuanto a procesos se refiere entre personal de un área y de otra, y les importa los intereses individuales.

2. ¿Considera usted que el uso de lenguajes juveniles en la organización genera un valor agregado frente al mercado? ¿Por qué?

Mmmm que te dijera... para esta compañía en particular si es importante el uso de un lenguaje juvenil debido a que eeen suuuu 40% o 50 % es personal joven y bastante capacitado, y esto va de la mano con las nuevas tecnologías y a pesar de que azteca hace parte de un grupo empresarial de bastante recorrido, en particular es joven.... Porque esta hace 3 años en Colombia y el personal ehhh que tiene mmm bastantes capacidades o técnicamente preparados son menores de 28 años y son bastante flexibles en su forma de trabajar o por decirlo en otras palabras no son apegados de alguna manera a la regla si no les gusta ingeniar nuevas formas de trabajar, por lo tanto ehhh en particular recursos humanos busca acomodarse para tener a dicho personal calificado contento dentro de la empresa.. pero sin dejar de lado la misión con la que llego ese gran grupo empresarial a Colombia pero que son lugar a duda se hace atractivo para aquellos que no hace son parte de azteca comunicaciones y más que todo aquellos ingenieros recién egresados que les gusta asumir retos, lo cual ayuda a que azteca surja sobre otras empresas.

### **Identidad.**

3. ¿De qué manera cree usted que los trabajadores se identifican con la organización?

La mayoría de empleados o los que se encuentran dentro de la operación, con operación me refiero a los que están involucrados con la parte técnica de la misión de la empresa conocen perfectamente por qué o para que trabajamos y todo esto tiene que ver

con un fin social ehhe esto es bastante o parte de la motivación de cada uno de los que conformamos esta empresa ya que el aporte de azteca en gran parte se dedica a suplir servicios de internet y telefonía a aquella población en estado de vulnerabilidad en distintos municipios del país... porque lo menciono??? Ehh lo menciono porque el hecho de ayudar a otras personas con el trabajo que hacemos cada uno día a día no solo ayuda a los intereses de azteca como tal aquí en Colombia sino también al progreso del país.

4. ¿Qué cree usted que es una organización juvenil y como se caracteriza?

Mmmm unaaaa organización juvenil es el antónimo de una organización conservadora o lo entiendo así!!! Es abandonar aquellas reglas que se yo! Dinámicas que hacían que cuando entrabas a una empresa todo era rígido formal ehhe jefes de difícil acceso horarios estáticos, en cambio una organización juvenil se enfoca en cumplir cosas pero sin interesar aspectos formales como la forma en que te vistes horarios por cumplir mmm estrictamente establecidos en la forma en la que se habla dentro de ella... es decir la comunicación es decir ehhe mmmm a la empresa juvenil no le importa como lo hagas sino alcanzar los objetivos eso prima sobre todas las cosas y más en estos tiempos que hay más jóvenes día a día y las empresas se han ido acoplado a eso.

5. ¿De acuerdo a las dinámicas de trabajo en la organización, cuáles cree usted que son las características de las personas que hacen parte de ella?

Las dinámicas mmm como ustedes las llaman ehhe se basan más que todo en el sentido de urgencia lo que llamamos ( para ya) cada trabajador se ocupa por cumplir las funciones que les asigna ciertamente lo que los hace un poco egoístas porque como te mencionaba anteriormente les interesa cumplir con las metas de área mas no les interesaaa cooperar con las metas de otras áreas... sus características particulares o de un trabajador en azteca mmm es que sabe a cerca de su tema particular o experiencia especifica ya que son muy buenos son rápidos, pero falta mmmm mas cooperación entre ellos ... lo que faltaría para que fuera un empleado ideal o para hablarlo personalmente

un compañero ideal de trabajo en donde no solo se ocupa de sus cosas sino también del otro sin interesar el área a la que corresponda.

### **Innovación & Velocidad.**

6. ¿Cree usted que para las organizaciones es importante incluir trabajadores jóvenes y hacer uso de las TIC's para garantizar su éxito y perdurar en el tiempo? Explique

No sé si para todas las empresas pero por lo que he visto mmm para azteca por ser una empresa de telecomunicaciones y por estar involucrada con un proyecto social con el ministerio TIC si lo es... me imagino que pooorque los jóvenes mmm son sinónimos de o se entiende son más cercanos a la tecnología pueden aportar más, traer nuevas ideas, no solo para sus actividades sino para mejorar el servicio de azteca lo cual me imagino, que ayuda ehhhh aaaah que sea una mejor empresa, crezca, y por lo tanto como dicen ustedes perdure en el tiempo aunque este no sea el único factor que garantice lo que llamamos éxitos pero si puede que ayude.

7. ¿Qué tipo de estrategias utiliza la organización para alcanzar la innovación?

A que te refieres específicamente? Eh hh relacionémoslo con la tecnología, con las formas en que se trabajamos día a día... Ahhh ok eh hh en lo referente a la tecnología creería yo que una de las estrategias que utiliza azteca es que nuestras principales herramientas de trabajo tiene que ver con este tema ya que a pesar de que tenemos un puesto fijo nos facilitan elementos comooo portátiles celulares o tablet's que nos permiten mayor movilidad y que podamos realizar nuestras labores en cualquier lugar así no sea dentro de las oficinas.

Ahh miraaa!! otras formas en la que innovan la forma de trabajar o lo hacen menos rígido es que nos permiten, primero no tener un vestuario tan formal, nos permiteeeen horarios flexibles donde mmmm para los que estudiamos es un buen beneficio, y nos permiten mmm los viernes cada 15 días salir a medio día y ocuparnos de nuestras cosas personales mmmmm lo cual personalmente no había tenido en otras empresas yyy para mí personalmente es muy bueno.

### **Estética.**

8. ¿Qué tan importante cree usted que es para la organización ser atractiva para las personas que trabajan en ella como las que no?

Ehh pues creería que es bastante importante que la empresa muestre una buena imagen puees ya que al final según su posicionamiento frente a otras empresas permite que tengan una mejor rentabilidad y reconocimiento, pero a su vez quedarse con los mejores profesionales garantizan parte de éxito frente a su principal competencia.

Mmmm digo que garantizan parte del éxito porque también la empresa necesita mostrarse como un buen lugar de trabajo para nuevos talentos, mantener los trabajadores que ya se encuentra en ella y mostrarse atractiva tanto para los clientes principales aahhh sin olvidar también a los nuevos clientes.


9. ¿Qué actividades realiza la organización para que los trabajadores sientan que son su imagen y se identifiquen con ella?

Pues que te dijera pueeess... Constantemente desde áreas como recursos humanos, calidad, comunicaciones internas y HSE entre otros ehh envían correos corporativos que nos recuerdan cosas como la importancia de hacer bien los procesos, las personas de campo hacer sus funciones bajo los parámetros de la empresa, los beneficios que le prestamos a los demás y muchas otras...queeee pues mal o bien siempre nos recuerdan lo importante que es hacer las cosas bien para que todo funcione dentro de la empresa y para que los clientes estén satisfechos con nuestra labor...Por decirlo de otra manera un buen servicio y menos reclamos.

### **Cierre**

- ¿Ha escuchado usted a cerca de la juvenilización?

Pues realmente no sé de qué se trate, me imagino que tiene algo que ver con las preguntas que me realizaste como la onda joven o los comportamientos desde la organización... digoo como una hipótesis, porque lealmente no sé.

 <b>Universidad Piloto de Colombia</b> UN ESPACIO PARA LA EVOLUCIÓN	FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS	PROGRAMA DE PSICOLOGÍA	JUVENILIZACIÓN DE LAS PRÁCTICAS LABORALES EN LAS ORGANIZACIONES
FECHA: FEBRERO 23 DE 2015	ASESOR GERMAN CORTES	NOMBRES: IVAN AGUILERA ZAIDA NARANJO VIVIANA SOTELO	ENTREVISTA SEMI ESTRUCTURADA SUJETO N°4

### Entrevista, Área Convocatorias IDARTES

#### Apertura

¿Por qué se caracteriza una organización exitosa?

Yo creo que lo que principal es la calidad con la que se realice las labores...es decir que la actividad realizada por el trabajador, así sea organizar unas carpetas, realizar un informe, entregar unos indicadores, etc., mientras lo realice con calidad.... esto puede garantizar que los procesos de un área ehhh, sean más productivos, más dinámicos y posteriormente se cuente con mejores resultados en el área, además creo que también es importante una buena gestión y tener un excelente equipo de trabajo, porque no sirve de mucho hacer las cosas con calidad si hay un equipo desbalanceado, que no se entiende que cada quien va por su lado o no hay ese sentido de pertenencia, de este modo es difícil que los procedimientos sean eficaces.... Es por eso que tener un buen clima laboral es importante para que exista una buena comunicación, trabajo en equipo y la calidad en las labores a realizar por los trabajadores pueden dar garantías de tener resultados exitosos.

Entonces estos aspectos pueden que funcionen para que una empresa sea muy exitosa en lo que se desempeñe, claro está que siempre el clima laboral puede cambiar de forma negativa y afectar que las cosas no funcionen dinámicamente y los procesos puedan sufrir las consecuencias.

#### Lenguaje.

1. ¿Qué características tiene la comunicación dentro de la organización y que tipo de lenguaje predomina? Informal o Formal

Bueno dentro de la organización hay una comunicación no muy formal por que la mayoría son jóvenes, en este área en específico por ejemplo tenemos una comunicación informal claro está que todo dentro de la línea del respeto y el buen trato, así mismo la comunicación con los concursantes que vienen a participar suele moverse en esos dos aspectos ya que se manejan aspectos específicos de procedimientos en los cuales se debe tener conocimiento a nivel jurídico por ejemplo...mmm a nivel formal en cuanto a los requisitos para participar en algún concurso... principalmente es muy fluida... aquí la comunicación es muy flexible ya que la mayoría somos jóvenes.. y pues como jóvenes nos entendemos en nuestro lenguaje cotidiano en el trabajo, en ningún momento este tipo de comunicación informal ha afectado la labores que se realizan en la oficina. Es más creo que esto nos ha ayudado a mejorar el ambiente de trabajo dentro de la misma oficina, porque no es tan evidente una subordinación en la que se hable de señor, señora, doctor... doctora, para nada, la comunicación aquí es muy fluida, se puede decir que tenemos un propio lenguaje interno...muy cercano, cómodo, flexible se podría decir, es como...mmm como si fuera un tipo de familia por decirlo de alguna manera.

2. ¿Considera usted que el uso de lenguajes juveniles en la organización genera un valor agregado frente al mercado? ¿Por qué?

Mmm yo creo que hasta cierto punto si puede traer muchos beneficios, sobre todo en la parte del clima laboral por que como te decía antes....eehh aquí se vive un ambiente muy fresco sereno, tranquilo, gracias al lenguaje que manejamos que es juvenil como me preguntaste.... Aquí es donde se podría ver ese valor agregado en que trae un ambiente tranquilo, sereno, fresco, en donde no se repara en tanta formalidad que puede incluso aburrir a la gente....la cohibe de decir las cosas como tal vez se quieran decir incluso, con esto no digo que no sea importante tener un lenguaje formal... claro, es necesario pero en nuestra oficina no prima más que el formal. Somos formales cuando se necesita, ahhh pero es importante dejar claro que... pues tenemos esa libertad de la informalidad en el lenguaje, porque trabajamos en una organización que apoya las artes en todas sus dimensiones, tal vez es esto nos permite hacerlo, a diferencia de un banco donde todo es como lineal, cuadriculado, formalismo por todo lado, desde la forma de vestir etc. Gracias a esto podemos tener este tipo de lenguaje, de tal forma que ese sería

el valor agregado, además se me ocurre que otra ventaja de este lenguaje es que se puede fluir mejor, permite una mayor cercanía con el otro, así mismo es más rápido el mensaje que se da, sin perder su objetivo principal, existe siempre la posibilidad de ser directo, lo que permite ahorrar tiempo y por lo tanto se agilizan procesos, procedimientos entre otras cosas que se realizan en la oficina.

### **Identidad.**

3. ¿De qué manera cree usted que los trabajadores se identifican con la organización?

Bueno.... Teniendo en cuenta que en las diferentes áreas misionales de la organización, tu puedes preguntar y la mayoría son artistas, por ejemplo tu entras a la oficina de música y puedes encontrar que alguien encargado de un tema es músico, sea por que cante o porque toque un instrumento musical, de igual forma en literatura o danza..... la mayoría son artistas, entonces.....es esto mmm... esto permite que cada quien se sienta más integrado con la labor que realiza porque de cierta forma es como si trabajara para el mismo por decirlo de alguna manera, la persona está trabajando para fortalecer, promover... difundir bueno muchas cosas más por un sector tal vez, y seguramente es así, al cual perteneció, por lo tanto hace que tenga una identificación muy arraigada que provoca que el trabajo se desarrolle mejor gracias a este detalle..... entonces al sentirse la gente muy cercana al trabajo que realizan, la identidad que se da indudablemente se nota, por ejemplo por que pueden tener más empatía con aquellas personas que quieren participar en algún concurso, ya que se estará hablando de músico a músico, de bailarín a bailarín en fin..... Mas cercanía, mas familiaridad, mas afinidad causa que se pueda realizar más cosas y con muy buenos resultados, de otra forma cada quien puede ser quien es... expresarse con más confianza que al final provoca que se rompa la barrera de la formalidad cuadrículada y los procesos sean más dinámicos y fluyan más rápido y con mejores resultados.

4. ¿Qué cree usted que es una organización juvenil y como se caracteriza?



Mmm si hablamos en tiempo de conformación esta sería una entidad joven, ya que apenas cumplirá los 4 años de conformada.... Por otra parte podría entenderse esto, como una entidad o empresa en la cual laboran en su mayoría personas jóvenes en las diferentes áreas, eso creo yo... que principalmente caracterizaría o sería una organización joven. Entre otras características desde esta visión de lo joven en donde los trabajadores en su mayoría son jóvenes, perdón la redundancia, a primera vista lo que uno puede pensar es que de hecho se parte de una dinámica muy diferente, entonces se notaría inmediatamente más agilidad en los procesos, la misma cercanía de los jóvenes entre sí, lograría que la comunicación aunque un poco informal como es natural de ser joven, fuera más natural, más libre, mmm.. Aún se puede pensar que más rápida, en otro aspecto se tendrían ideas más frescas, no viciadas o cerradas a determinadas formas de hacer las cosas, si.... Lo juvenil desprendiéndolo un poco de la rebeldía, el no seguir reglas, tomarse todo muy a la ligera... Bueno claro que esto ya se ha ido cambiando. Se puede ver como la agilidad, un dinamismo más abierto al cambio, además que hoy en día se encuentran jóvenes bien preparados, que cuentan con una actitud agradable para el trabajo, eso creo que serían características de una organización juvenil.

5. ¿De acuerdo a las dinámicas de trabajo en la organización, cuáles cree usted que son las características de las personas que hacen parte de ella?

Ok, bueno teniendo en cuenta las diferentes áreas de la entidad, principalmente los trabajadores de caracterizan por realizar las actividades con mucha rapidez por las diferentes actividades que realiza la entidad a nivel distrital, por lo tanto se necesita que aparte de ser rápido, el trabajo sea eficaz, por otra parte se necesita que sea muy creativo sobre todo en la parte de comunicaciones. Creo que otra característica dentro de las actividades que se dan, puede ser el trabajo en equipo... claro que este no se da en todas las áreas pero por ejemplo en nuestra área, si se evidencia el trabajo en equipo, se organiza el trabajo que hay por hacer, luego si alguien está colgado en un proceso, inmediatamente se mueven las fichas y se dispone a otros para que apoyen a aquel que está atrasado en alguna labor, y así se cumple con las tareas en general, siempre hay un apoyo en la oficina cuando alguien lo necesita. Es por eso que debe existir otra característica.... Como voy a ayudarle a mi compañero debo saber del tema que él tenga,

así mismo todos tenemos esa versatilidad...mmm cada quien tiene sus actividades individualmente, pero conoce también la de los otros, aquí vivimos esa versatilidad y esto ha sido una gran herramienta o estrategia para poder lograr cumplir con los procedimientos.

### **Innovación & Velocidad.**

6. ¿Cree usted que para las organizaciones es importante incluir trabajadores jóvenes y hacer uso de las TIC's para garantizar su éxito y perdurar en el tiempo?

Por supuesto que sí, los jóvenes traen en su mayoría un aire fresco, que se puede guiar y aprovechar claro que sin decir que los más adultos no lo puedan hacer, pero como te mencionaba antes los jóvenes llegan dispuestos a aprender, tienen una mente abierta que es un gran beneficio para cualquier empresa, sea pública o privada, entonces yo sí creo que es muy importante que hayan muchos jóvenes en las empresas, de cierto... eehh puede que se mejore muchas cosas en las empresas ya que , con las nuevas ideas, una mente abierta, disponibilidad para trabajar lo resultados ... bueno por lo menos deben ser muy buenos si se saben aprovechar..... Ahora diría que esto sería una pieza para una buena estrategia para el éxito que sea eficaz o no, no lo sabemos, pero en cierta medida junto con una buena gestión y control se podrían articular para logra excelentes resultados.

Ahora el uso de la tecnología en estos tiempos es de suma importancia, primero porque hace que muchos procesos sean más rápidos... tú lo puedes ver... hoy en día todo mundo tiene una Smartphone... un correo, eehh la tecnología está inmersa por todo lado incluso en nuestras casas.... Por eso que la empresa que sea haga uso de ésta es de manera provechosa desde el inicio, primero en el sentido que se mejora la comunicación, algunos procedimientos se pueden hacer más fáciles e incluso por que no... se puede ahorrar mucho tiempo teniendo la tecnología como aliada... se llega más rápido al mercado, se llega a muchas personas... ósea es una excelente herramienta que dándole el uso adecuado y articulándola muy bien puede generar un impacto muy grande para la empresa... como me preguntabas si le puede dar éxito total a la empresa, claro está que

esto no es lo único que puede hacer exitosa a una organización, es decir se necesita también de una buena planeación y por supuesto de un personal que tenga la mejor actitud para trabajar.

7. ¿Qué tipo de estrategias utiliza la organización para alcanzar la innovación?

Humm... pues por ser una entidad pública y tener más contratistas que empleados de planta, en primer lugar existe mucha rotación para los contratistas... entonces... pues esto hace que no sea un buen aspecto para llegar a un punto concreto... entonces de cierto modo el ver personas nuevas en las diferentes áreas puede que consigo esto traiga innovación, me explico... llega una persona que no conoce muy bien de un área pero está dispuesto a aprender y como no conoce puede aportar nuevas ideas para la realización de algunos procesos, pero esto también resulta contraproducente porque no permite tener la recopilación histórica de un proceso que realiza esta persona.

En el caso de nuestra área para lograr algo de innovación, bueno mmm... principalmente se basa en aprovechar las características de ser un oficina joven... se cuenta con las ideas que van a mejorar los procesos, las tareas y otras actividades, como la mayoría somos jóvenes se aprovecha la frescura que hay en lo joven, en la actitud ... en esas ganas de trabajar, esto permite que se pueda pensar en desarrollar mejor todos los procedimientos que se realizan dentro del área, podría decirse que es así como se lograría en cierto modo la innovación, creo yo que es así... guiar muy bien las ideas, la actitud del joven para que se puedan hacer mejor las cosas.

**Estética.**

8. ¿Qué tan importante cree usted que es para la organización ser atractiva para las personas que trabajan en ella como las que no?

Yo creo que esto es muy importante porque en principio esto hace que los trabajadores desarrollen mejor sus actividades, si se dice que algo es atractivo es porque tiene algunas características, cualidades que lo diferencia de los demás y por eso llama la atención, de igual forma el hecho que una organización sea llamativa o atractiva para sus empleados es un indicador que, no es una empresa del común... si, que hace las cosas de

una forma diferente, además la gente se puede identificar con algunas de las cosas que hace la organización y esto provoca que quieran ser parte de eso.


Además de esto creo que también se puede garantizar mejor la calidad por que la organización tendrá la opción de elegir muchas personas con muchas cualidades que necesita y que se acoplan a lo diferente que hace la organización.

9. ¿Qué actividades realiza la organización para que los trabajadores sientan que son su imagen y se identifiquen con ella?

En realidad creo que no se trabaja mucho en este aspecto, como mencionaba antes tenemos muchos contratistas trabajando algunos duran más otros duran menos... muchos no se aburren y se van, así... normalmente es el ciclo de los trabajadores aquí, pero igualmente existe el otro lado que es el contratista que gracias a la gestión de su jefe ha podido permanecer un buen tiempo...esto pues... ha permitido que pueda haber un compromiso más evidente en el trabajador y que pueda desarrollar su trabajo de la mejor forma y con las mejores ganas.

Realmente la identidad con la organización se debe más a que la mayoría son y trabajaron en sus diferentes áreas artísticas y ahora vienen a servir a su sector por decirlo de alguna manera, entonces sabiendo como es el otro lado, saben que necesidades e pueden suplir para los diferentes sectores artísticos... por eso yo creo que es eso exactamente lo que genera la identidad con la organización la relación cercana con las áreas artísticas.

# Anexo N°4. Índice de Tablas

 <b>Universidad Piloto de Colombia</b> <small>UN ESPACIO PARA LA EVOLUCIÓN</small>	FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS	PROGRAMA DE PSICOLOGÍA	JUVENILIZACIÓN DE LAS PRÁCTICAS LABORALES EN LAS ORGANIZACIONES
FECHA: ABRIL 8 DE 2015	ASESOR GERMAN CORTES	NOMBRES: IVAN AGUILERA ZAIDA NARANJO VIVIANA SOTELO	MATRIZ POR CATEGORIAS ENTREVISTA SUJETO N°1

CATEGORIA	FRAGMENTO	ANALISIS
<b>LENGUAJE</b>	<p>"Por ejemplo algo que en mi caso con mi área me interesa digamos a la persona que es encargada de comunicaciones yo le digo.....Nuestra comunicación tiene que tener tres características.... Debe ser oportuna, debe ser precisa eehhh asertiva, cuando digo asertiva a que me refiero,... que contenga la información esencial que pueda ubicar a una persona....entonces como estamos en el área de convocatorias pues tiene que ser oportuna porque si yo voy a decir... Haga, haga....una entrevi... recibimos propuestas y estoy comunicándolo, recibimos propuestas la siguiente semana y lo estoy</p>	<p>A partir del fragmento anterior se puede decir que el lenguaje en esta organización se presenta mediante discursos previamente establecidos con los cuales se pretende que los sujetos trabajadores sigan unos lineamientos y características específicas al momento de realizar actividades e interacción dentro de la organización.</p> <p>Así como lo cita Schvarstein (1992) quien menciona de igual forma que lo que constituye a una organización es la comunicación, en donde los seres humanos son el entorno de sistemas sociales y establecen en ellos relaciones de interpretación y observación. Lo anterior puede indicar que en la organización según su estructura de jerarquización</p>

	<p>comunicando hoy no es oportuno, la gente no tiene posibilidad de conocer con tiempo la información. Asertiva pues que así sea información muy flash tiene que ser concisa con un mensaje directo, que quiero comunicar, siempre hay que preguntarse qué quiero comunicar."</p>	<p>posiblemente existan algunos tipos de comunicación específicos con los cuales podrían dirigir o controlar las distintas áreas que la conforman. De manera que en este caso específico la organización espera que sus trabajadores asuman tres características (asertiva, oportuna y precisa) con el fin de que se cumpla con los objetivos del área en cuanto a la comunicación.</p>
	<p>"Yo creo que lo... interesante y lo que debe ser es... que en términos de procedimientos en términos formales, cuando tenemos que usar términos técnicos, tenemos que ser técnicos, ósea así usemos un lenguaje coloquial, eehhh amigable o juvenil como tú dices, yo creo que sí se da entre áreas, en mi área yo lo siento por que mi equipo, la mayoría, en su mayoría son personas jóvenes, tenemos...la comunicación entre nosotros precisamente es muy fluida, porque estamos, la digamos que... esa flexibilidad de</p>	<p>Teniendo en cuenta el fragmento anterior, se puede observar cómo a través de los discursos de flexibilidad en la comunicación permite una mejor administración del recurso humano y de las labores que se realizan en el área, incluso en la misma comunicación entre otras áreas, tal como lo menciona Ahumada (2001) quien afirma que el lenguaje es un elemento indispensable para la construcción de las organizaciones y para su administración, ya que mediante la construcción de distintos discursos pueden articular a los sujetos trabajadores, evitar la pérdida de las inversiones monetarias y de igual</p>

	<p>comunicación en lo informal no lo permite,..."</p> <p>"...por qué las fracturas en la comunicación son las que muchas veces hacen que no tengamos muy claro los procesos y los procedimientos y pues haya mayor margen de error, mayor posibilidad de error, creo que acá hay un interés muy grande por la comunicación hacia la ciudadanía, porque somos una entidad pública, y esa es nuestra esencia, pero creo que en la medida en que también se hiciera hacia adentro, seríamos...estaríamos muchos más fortalecidos..."</p>	<p>manera generar competitividad y credibilidad en las mismas.</p> <p>Lo cual indica que desde la organización, se hace necesario el uso de protocolos con el fin de cumplir con lo establecido para la realización de procesos, los procedimientos internos y administración de los mismos, que podría garantizar una mejor atención frente a la ciudadanía por parte de la organización.</p>
<b>IDENTIDAD</b>	<p>"Umm hum, aquí pues yo creo que como en la mayoría de las áreas misionales, hay artistas que representan a su sector eso hace que la apropiación sea mayor, porque también han vivido los dos lados no... estar afuera siendo artista ehhh buscando un espacio de</p>	<p>En relación con el fragmento mencionado se puede observar como la pertenecía y la apropiación dentro de la organización en este caso, puede crear algún tipo de identificación, ya que se menciona que algunas personas fueron antes usuarios y que luego llegaron a ser funcionarios en la organización, por</p>

	<p>participación y representación en una institución desde afuera, desde la gestión artística y pasar a ser funcionario de una entidad que, busca el fortalecimiento a las prácticas artísticas... Pues eso genera un sentido de pertenencia diferente, yo creo que ese es el plus de esta entidad siempre como que, he reconocido que esta entidad es diferente, pero me imagino que se debe a eso, que las personas han estado del otro lado siendo artistas buscando espacios, gestión y ahora como funcionarios vienen a representar a su sector, eso les genera una apropiación y una vinculación diferente con su trabajo."</p>	<p>un lado viviendo la gestión artística y por otro lado, como aquel que busca el fortalecimiento de las prácticas artísticas pero desde la organización, esto podría indicar como el vivir estos dos lados genera apropiación y una vinculación con el trabajo, que se puede ver de otra forma como identificación con la organización.</p> <p>Según Barbero (2002) detrás de cada identidad se encuentra la lógica del mercado; el consumo de ciertos bienes permite a la juventud crear identidades diferenciadas dependientes de gustos y elecciones. Así como lo afirma Barbero, existe una lógica del mercado, en este caso un mercado cultural en el cual el plus como se menciona en el fragmento es el haber vivido los dos lados, de tal forma que de acuerdo al consumo de este mercado, se puedan evidenciar la creación identidades las cuales dependen de las elecciones y gustos en este caso por actividades artísticas las cuales son representadas por las personas que trabajan en la organización.</p>
--	---	--




	<p>"... yo si siento que más que lo juvenil es estar en el campo de lo artístico, lo que la oxigena y lo que la hace una entidad con una energía diferente, que fluye diferente, que la gente tiene otro nivel de compromiso, sí en cada área hay personas jóvenes, muy jóvenes liderando procesos... ¿que se puede considerar una organización juvenil?, pues yo creo que eso no es solo un tema de la edad, yo creo que es un tema de actitud, también, y es entender que todos los procesos sociales surgen una transformación, que así mismo uno tiene que ir al ritmo de esas transformaciones sociales, siempre evaluando y siempre reformulando políticas, estrategias de ejecución, creo que es un plus que hayan personas jóvenes acá, porque, pues creo que es una escuela, una muy buena escuela para ellos..."Bueno pues el plus es que, una persona joven esta de alguna manera, también</p>	<p>De acuerdo al fragmento anterior el nivel de compromiso y el hecho de liderar procesos por parte de personas jóvenes puede dar cuenta de cómo los jóvenes se sienten identificados con la organización, de tal forma que también se pueden identificar con un aspecto llamativo como el hecho de estar en el campo de lo artístico como una forma de estar oxigenado, con una energía diferente y sobre todo que hay personas jóvenes y que más que la edad también es un tema de actitud para esta organización. En consecuencia a lo anterior según lo menciona Brooks (2003), las fuerzas del mercado implantan la imagen, los deseos y pensamientos de cuerpos jóvenes y estos a su vez, toman una actitud activa en la producción y distribución de este tipo de mercancías juvenilizadoras produciéndose una explotación económica que gira en torno al consumo y la publicidad. Por lo cual, se puede evidenciar como a través de algunos mecanismos como la imagen, deseos y pensamientos, hacen que las</p>
--	---	---

	<p>depende de una actitud personal, pero una persona joven esta con todo como, como para esculpirla no, como para darle una forma, como para poderla orientar...”</p>	<p>personas tomen ciertas actitudes que los dirijan a implementar un tipo de identidad, con el fin último de aumentar la instauración de estos mecanismos que están dirigidos a promover identidades, además de estar relacionadas con el consumo y la publicidad en este caso.</p>
<p><b>INNOVACION Y VELOCIDAD</b></p>	<p>"...Y las tic claro, son fundamentales, ósea son herramientas con las que contamos hoy en día y que las instituciones realmente, lo que aportaría su capacidad instalada es tener unas herramientas tecnologías que permitan mas también cerrar las brechas entre los ciudadanos, entre nosotros mismos, hoy en día ya tenemos que pensar en reuniones formales por Skype, porque no, ósea el tiempo, la noción de tiempo y espacio han cambiado, y la noción de red ha cambiado también, entonces ya no es la red de venga gestionamos, nos unimos, nos movemos, hoy en día contamos</p>	<p>En el fragmento anterior se habla de cómo las TIC'S son importantes para tener más cercanía por parte de la organización para con las personas, se reconoce que ha cambiado la noción de espacio y tiempo, de tal forma que se puede tener una incidencia más certera y aprovechando más el tiempo, gracias a que las tic's las cuales son vistas como herramientas fundamentales en esta organización, permiten una mayor incidencia en las personas.</p> <p>De tal modo (Castells 1998) dice que conveniente mencionar que las organizaciones multinacionales, al parecer hacen que en países denominados tercermundistas, exista el uso de “capital humano”, forma en</p>

	<p>con herramientas y elementos que nos permiten tener una incidencia mucho más fuerte y optimizar el tiempo, claro que sí, ósea me parece muy interesante las videoconferencias, ese tipo de cosas a eso hay que apuntarle."</p>	<p>la cual son llamados los sujetos trabajadores por las compañías. En ellas tanto los conocimientos como la tecnología son utilizados para incrementar la productividad, razón por la cual la tecnología puede convertirse en la fuerza del trabajo y la fuerza que por ende pudiese transformar sociedades nacionales en dependencias de una sociedad globalizada.</p>
ESTÉTICA	<p>"Pues yo creo que eso es fundamental, cuando tú te destacas, es porque me imagino que estás haciendo algo bien, porque inspiras a otros y creo que eso lleva a un nivel mucho más profundo de pensarse en términos de desarrollo, cualquier institución, cualquiera que sea privada o pública tiene un objetivo, cumple un fin y tiene una misión, si se empieza a destacar por ello quiere decir que está haciendo muy bien las cosas y de alguna manera está contribuyendo al desarrollo de la cultura, el desarrollo</p>	<p>Partiendo del fragmento anterior se puede encontrar como se considera fundamental destacarse a través del desarrollo de actividades muy bien hechas, lo cual puede como organización lograr un impacto en varias dimensiones como el desarrollo cultural, económico y social, viéndose esta contribución por parte de la organización como el atractivo, el valor agregado del país, para que de este modo haya una inversión extranjera. Se considera importante por una parte que las organizaciones sean robustas, atractivas y que con esto contribuyan al desarrollo del país, por otro lado, tener esta imagen de proyección en la</p>

	<p>económico, el desarrollo social y es lo que también hace atractivo a un país para la inversión extranjera. En la medida en que las empresas y nuestras instituciones se vean más robustas, creo que es un potencial para todo, ósea para nuestro país, para nuestra economía, creo que es fundamental y para las personas que están dentro mucho mejor porque, qué bueno que la gente trabaje en un sitio donde se siente agradada, donde dice oiga yo quiero estar ahí, ese sitio me permite desarrollarme como profesional, desarrollarme como persona, cumplir mis sueños porque es que eso es lo que debe cumplir una organización, no solo unas personas que van y cumplen unas funciones en un tiempo determinado, sino como eso hace parte de la construcción de tu vida, porque en la medida que te enriquece pues quieres estar ahí.”</p>	<p>organización, resulta agradable para las personas, ya que ven en dicha proyección la oportunidad de desarrollo personal y del logro de sueños.</p> <p>Ahora es importante mencionar ciertos aspectos que guardan relación con la estética y pueden ser utilizados por organizaciones trasnacionales, como lo menciona (Sendagorta 2004) ya que debido a la globalización, éstas con frecuencia fomentan el desarrollo de lo estético en los sujetos que hacen parte de las mismas, para probablemente suscitar la cultura corporativa del liderazgo y la competitividad, de esta manera los aspectos estéticos se convierten en símbolos de juvenlización, que al parecer es una de las claves más importantes para generar un buen clima organizacional y motivación dentro de las mismas.</p>
--	---	--

 <b>Universidad Piloto de Colombia</b> UN ESPACIO PARA LA EVOLUCIÓN	FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS	PROGRAMA DE PSICOLOGÍA	JUVENILIZACIÓN DE LAS PRÁCTICAS LABORALES EN LAS ORGANIZACIONES
FECHA: : ABRIL 8 DE 2015	ASESOR GERMAN CORTES	NOMBRES: IVAN AGUILERA ZAIDA NARANJO VIVIANA SOTELO	MATRIZ POR CATEGORIAS ENTREVISTA SUJETO N°2

CATEGORÍA	FRAGMENTO	ANÁLISIS
LENGUAJE	<p>“bueno en esta compañía, hójole!! La comunicación se da mucho en temas de urgencia, de las urgencias no!!! De las cosas importantes, pero sobretodo de las urgencias... y la comunicación se da mucho, en temas de correo, y se presenta a través de las tecnologías, en temas del whatsapp, telefónica, personalizada, pero esa se da cada vez menos, si? la genta esta o estamos tan ocupados, qué a veces la comunicación personalizada no se da tanto, a veces se me hace fácil enviar un correo, sin eehhh saber si mi interlocutor lo entendió como yo lo quise mandar</p>	<p>A partir del fragmento anterior, es posible identificar como la comunicación se presenta por medio de lenguajes que guardan relación con la tecnología, de manera que los sujetos trabajadores pueden interpretar que tanto los correos como los mensajes instantáneos permiten dar una mayor y mejor respuesta a los temas laborales. Por ello es claro que las organizaciones no son apáticas a los cambios que propone consigo la globalización, entre esos cambios se incluye la función del lenguaje, ya que en este caso en particular se utiliza dicha función para que la organización sea más atractiva. Cabe mencionar que ser “atractiva” es característica particular de la juvenilización que quizá hace que las prácticas laborales sean más rápidas y simples.</p> <p>Tal como lo menciona Parker (1994 a 1994b) quien lleva a cabo un</p>

		<p>análisis crítico del discurso y su relación con la psicología del trabajo, en él puede afirmarse que los estudios enfocados al mundo del trabajo, con frecuencia se preocupan por las maneras en las cuales funcionan el lenguaje y cómo este sirven a los intereses sociales organizacional y políticos entre otros.</p>
	<p>“Qué tipo de lenguaje?? Como les decía se da más el escrito, más el informal de repente que el formal ehheh la mayoría de la gente y a mí me llama la atención porque no es malo... Son estilos, es cultura quizás, aquí muchas veces la forma de dirigirme es.. Hola!!! Necesito esto y es cultura, es muy respetable, no tiene nada de malo, mientras el resultado sea el esperado, pero a veces hay mucha informalidad no? Se va al extremo??? Siiii esteee mi estilo es diferente no sé si por la cultura o por mi formación personal... yo siempre escribo: Zaida Buenos Días cierto?</p>	<p>A partir de los fragmentos anteriores, se hace posible evidenciar que en medio de la globalización y de la forma en la que se presenta la comunicación en las distintas organizaciones, gran mayoría de sujetos acceden a la comunicación por medio de elementos tecnológicos. Por lo tanto las organizaciones acceden a las demandas del mercado mundial y por tanto a uno de los principales objetivos de la globalización, el cual es trascender a través de herramientas tecnológicas, con las cuales se pone en manifiesto en su interés por brindar nuevos productos y servicios que permita una mayor consumo e incidir tanto en el</p>

	<p>Buenas tardes este, aquí el que sea escribe... hola!!! Entonces es una información informal y una comunicación escrita la que predomina, llámese correo, llámese whatsApp, entonces es una comunicación escrita”</p> <p>“Yo creo que valdría la pena como reglamentar un poquito, en que se puede utilizar el whatsApp que ayuda muchísimo, y en que no se puede utilizar el whatsApp, hay temas delicados, temas confidenciales donde no, se debe dejar un sustento, mejor... y el whatsApp cae un poquito en la informalidad, listo!! Y hay temas más delicados más confidenciales, más complejos que hay que hacerlos por una vía más formal, el whatsApp no es exactamente la más adecuada, pero ben utilizado, bien reglamentado fenomenal!!!, fabuloso!!</p>	<p>contexto cultural como laboral de los sujetos con un lenguaje dominante.</p> <p>Tal como lo menciona (Margulis 1998) quien señala que la juvenilización puede manifestarse mediante distintos signos que atraviesan no solo contextos culturales, también contextos laborales en la actualidad, estos se pueden presentar dado a el continuo avance de la tecnología y de la cultura de la imagen, además del encumbramiento de lo juvenil disfrazado de algún modo por los lenguajes hegemónicos de la sociedad de consumo y el mercado global.</p>
	<p>“Mira Zaidita, en el caso de azteca telecomunicaciones Colombia, hay una cosa bien</p>	<p>Teniendo en cuenta los fragmentos anteriores es posible evidenciar que a los sujetos trabajadores en los</p>

<p><b>IDENTIDAD</b></p>	<p>bonita, nosotros empezamos aquí con un proyecto q nos ehha además de muy interesante, y del negocio que puede ser desde el punto de vista económico, tiene una parte muy bonita... y es hacer país, ehha al nosotros haber llevado 18,000 kilómetros de fibra óptica ehha en este país en aquellos lugares donde no existía el internet, la fibra óptica.”</p> <p>“Ser partícipes de esto, es mmm ha sido algo maravilloso, yo creo que el arranque el trabajar en azteca comunicaciones Colombia fue eso no? Hacer país, llevar bienestar a la gente que más lo necesitaba, llevar comunicación a la gente que más lo necesitaba.”</p> <p>“Pero estamos llevando donde la gente está más olvidada, y ahora estamos haciendo lo mismo en Perú, entonces... Respondiendo a su pregunta yo creo que los trabajadores se identifican con ayudar a Colombia, la responsabilidad social.”</p>	<p>contextos organizacionales, se les administra mediante ciertos valores o creencias propias de la organización, para llevar a cabo sus labores diarias. Por eso puede decirse que entre el fenómeno de Juvenilización y el proceso de globalización de cierta forma se ven afectadas las culturas locales, ya que al encontrarse las organizaciones involucradas se benefician de los intereses culturales comunes de los sujetos que habitan en un territorio en particular para que dichos sujetos se sientan identificados y comprometidos con los objetivos de la organización.</p> <p>De esta manera lo señala (Schvarstein, 1992) quien determina como la identidad de las organizaciones en ocasiones define las formas de vínculo en las relaciones entre sus integrantes; advierte además que por medio de las tecnologías en uso, se transforma la realidad que incide en los procesos de la adjudicación de roles de los sujetos es así como se concibe una acción organizada y homogénea en el marco de la heterogeneidad de sus componentes.</p>
-------------------------	---	---




	<p>“Las organizaciones repito!! Se tienen que acomodar o adecuar a las generaciones, la gente se tiene que adecuar a una compañía pero también la compañía, los líderes y más cuando ya no somos tan jóvenes se tienen que adecuar a las nuevas generaciones, y tienen que entender a las nuevas generaciones”</p> <p>“Bueno si es bueno si importante, meter gente joven, la sangre nueva la gente joven ayuda mucho, si bien vienen a aprender, también vienen a enseñar, las generaciones nuevas si son gente bien formada, y no me refiero solo a la parte académica sino también formada en valores, en familia, no solo vienen a aprender repito, también vienen a estudiar, nos enseñan a todos, entonces sin duda es necesario que venga gente joven.”</p>	<p>Teniendo en cuenta los fragmentos anteriormente mencionados, es posible observar como los jóvenes y algunas de sus características permiten a las organizaciones crear o mejorar sus prácticas, pues inyecta de alguna manera distintos aprendizajes, nuevas tendencias a la organización. Dentro de este contexto se puede determinar que el consumo de símbolos juveniles son aprovechados de tal manera por las organizaciones, que asumen en sus prácticas laborales modelos exitosos de otras organizaciones que permitan al sujetos trabajador sentirse identificado en un entorno flexible y que genere nuevas expectativas, donde directamente las organizaciones logran su cometido para cumplir con las demandas mundiales de consumo.</p> <p>De tal manera lo menciona (Pérez 2000) quien afirma que se podría entender la juvenilización como un instrumento del sistema mediático que consiste en construir un receptor modelo que presenta los rasgos más singulares de los jóvenes: gusto por</p>
--	--	---

		<p>las novedades, búsqueda de identidad, vitalidad, nuevos lenguajes, en donde han sido los mismos jóvenes el objetivo privilegiado de la enunciación mediática contemporánea, usando un discurso que proyecta una figura del joven estereotipada y atractiva que acaba siendo asumida por la sociedad y las organizaciones.</p>
<p><b>INNOVACIÓN &amp; VELOCIDAD</b></p>	<p>“Les decía que si... mmm si bien el tema de la urgencia cuando es también utilizado de una forma excedida puede ser peligrosa, ehh la tecnología entre otras cosas ayuda a trabajar de una forma más rápida, ehh las compañías hoy requieren que las personas trabajemos con mucha velocidad, de hecho uno de los valores de la compañía es... usted lo sabe... se llama rápido y simple, entonces una herramienta como el whatsapp es fabulosa, y va muy alineada a ese valor, rápida y simple</p> <p>!!Además que el whatsapp yo</p>	<p>Teniendo en cuenta cuentan los fragmentos anteriores es posible afirmar que, distintas herramientas tecnológicas permite que los sujetos en las organizaciones sean de alguna manera alineados, con el fin de responder de forma eficaz a distintas demandas laborales, ya que a través de las innovaciones tecnológicas se ofrece a los sujetos cierta cantidad de imágenes simbólicas, provenientes de medios de comunicación y consumo, que de una u otra manera se hacen propios en ellos y en las labores que realizan diariamente. Lo que quiere decir que las organizaciones en su afán de adaptarse y cumplir con las demandas que consigo trae el</p>

	<p>puedo estar en mi casa, usted me puede hacer una consulta a cualquier hora, puedo estar de vacaciones como ahora voy a estar, y usted me puede hacer una consulta, y aunque yo este... este dándole una abrazo a Mickey Mouse le digo a Mickey mouse espérame tantito, que voy a mandar un whatsApp y le contesto a usted... entonces es espectacular listo!!</p>	<p>proceso de globalización acude a estrategias tecnológicas innovadoras que le permitan a los sujetos trabajadores acoplarse en el menor tiempo quizá sin contemplar las demandas del contexto local y sus propias necesidades económicas, sociales y culturales.</p> <p>De esta manera lo señala (Castells, 1997) ya que en la posmodernidad, existe al parecer cierta revolución tecnológica y social que hace que tanto como las economías, los estados, las sociedades y las organizaciones se modifiquen o deconstruyan sus procesos con el fin de adaptarse y ser competitivo a este tipo de entorno.</p>
	<p>“somos una compañía flexible, no se... Nosotros tenemos algo los viernes que se llama pico y placa que le damos un espacio a la gente un viernes si un viernes no, estamos implementado teletrabajo, nosotros empezando por la gerente general trabajamos con whatsApp”</p>	<p>A partir del fragmento anterior, es posible evidenciar como las organizaciones implementan formas de flexibilidad con el fin de que los sujetos trabajadores se sientan parte de una organización moderna que también les brinda espacio para realizar tareas personales.</p> <p>(Castells, 1997) señala en este sentido que en las organizaciones lo</p>

		<p>que al parecer tiene mayor importancia es mejorar su capacidad competitiva encontrando una mayor viabilidad económica por medio de la mejora e innovación de tecnologías de producción y haciendo que distintas organizaciones sean trasnacionales o nacionales, empresas que otorgan flexibilidad a los sujetos trabajadores.</p>
ESTETICA	<p>“la imagen sirve siii sobretodo para las nuevas generaciones que no nos conocen, cuando yo mmm me toca entrevistar gente o cuando hablamos en una inducción o la capacitación inicial que se le da a todo el personal de nuevo ingreso...yo le hablo del grupo pero no solo le hablo de Azteca telecomunicaciones Colombia sino de todo lo que representa este grupo, entonces ehh y le digo cuando hay un candidato que a los dos nos interesa además de escucharlo a él, a mí me gusta vender a la organización que sepan que no</p>	<p>Teniendo en cuenta el fragmento anterior se puede decir que, en las organizaciones es importante que en los trabajadores se genere la sensación de seguridad y bienestar por el tipo de organización en el que laboran. Para las organizaciones es importante mostrar un “status” es decir ser atractiva para los sujetos que hace parte del contexto local, en otras palabras mostrar que son el mejor lugar para trabajar y alcanzar tanto el desarrollo profesional como personal esperado, lo cual utilizan las organizaciones para alcanzar el reconocimiento necesario a través de las habilidades de los sujetos trabajadores y por lo tanto expandir a</p>

	<p>vienen a la tiendita de la esquina, que vienen con un grupo muy sólido, muy importante muy serio y que nosotros trabajamos con uno de los hombres más ricos del mundo según la revista Forbes”</p>	<p>otros territorios los bienes y servicios que la organización ofrece.</p> <p>(Sendagorta 2004) Señala en este sentido que las organizaciones multinacionales con frecuencia buscan transmitir valores que se relacionan con solidez, pujanza, fuerza, entre otros; comunica estos, posiblemente utilizando la estética, ya que además de establecerse en edificios de gran altura, en los que sus oficinas interiores generalmente son amplias y con modernas decoraciones que se apoyan la interrelación de ambientes, utilizan las nuevas tecnologías para generar comunicación y dinamismo todo ello puede favorecer las relaciones corporativas, además de generar en los sujetos que trabajan en estas organizaciones sentido de pertenencia y sensación de bienestar al formar parte de este tipo de organizaciones</p>
--	---	---

 <b>Universidad Piloto de Colombia</b> <small>UN ESPACIO PARA LA EVOLUCIÓN</small>	FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS	PROGRAMA DE PSICOLOGÍA	JUVENILIZACIÓN DE LAS PRÁCTICAS LABORALES EN LAS ORGANIZACIONES
FECHA: ABRIL 8 DE 2015	ASESOR GERMAN CORTES	NOMBRES: IVAN AGUILERA ZAIDA NARANJO VIVIANA SOTELO	MATRIZ POR CATEGORIAS ENTREVISTA SUJETO N°3

CATEGORÍA	FRAGMENTO	ANÁLISIS
LENGUAJE	<p>“Se puede decir que es un lenguaje informal, pero no en la totalidad de la empresa, debido a que este se presenta más que todo en cargos como coordinadores hacía abajo, debido a que esto es muy notorio, con notorio me refiero a que mmmmm los niveles jerárquicos son muy marcados, y es como si hubieran dos clases de lenguajes ehhe esto significa que de directores hacía arriba manejan una comunicación formal pero a la vez entre ellos informal, en cambio mmmmm los demás ya que en su mayoría son jóvenes, en su gran mayoría es informal y de más confianza, a su vez técnico, mencionó esto ya que se muestra muchas diferencias</p>	<p>Con respecto al párrafo anterior puede evidenciarse que la comunicación al interior de esta organización puede presentarse de dos maneras formal e informal, pero que a su vez depende del nivel jerárquico y del lenguaje técnico que usa el sujeto trabajador dentro de la misma. Para el sujeto trabajador que se encuentra dentro de esta organización es importante acoplarse tanto al lenguaje técnico como informal para poder realizar sus actividades a cabo.</p> <p>Como lo menciona (Burrell, 1998) quien afirma que los discursos organizacionales son entendidos como símbolos de juvenalización y de movimientos significativos que permiten la posible construcción de realidades y de sujetos mediante</p>

	<p>entre áreas y son bastante divididas entre ellas yyy sus actividades y formas de comunicarse son siempre enfocadas por la forma en que los lideres manejan sus procesos internos en cada áreas.”</p> <p>“Cabe aclarar que la única forma de comunicación interna yyy pues inter áreas es el correo de la empresa o el chat ya que siempre quieren dejar evidencias en la comunicación con otras áreas”</p>	<p>signos y lenguajes que dan paso a la gestación de lo que hoy son las organizaciones posmodernas, las cuales al parecer buscan que los sujetos le otorguen gran significado a su trabajo y la organización en la cual se emplean, y de esta manera sentido a las sociedades y multinacionales posmodernas.</p>
	<p>“Mmmm que te dijera... para esta compañía en particular si es importante el uso de un lenguaje juvenil debido a que eeeen suuuu 40% o 50 % es personal joven y bastante capacitado, y esto va de la mano con las nuevas tecnologías y a pesar de que azteca hace parte de un grupo empresarial de bastante recorrido, en particular es joven...”</p>	<p>A partir de los fragmentos anteriores se puede inferir que para la organización es relevante hacer uso de lenguajes juveniles como estrategia para adquirir sujetos trabajadores capacitados, y en especial cuando estos son población joven dispuesta a asumir nuevos cambios que la organización considere necesarios.</p> <p>De lo anterior se podría entender la juvenilización como un instrumento del sistema mediático que consiste</p>


	<p>“Porque esta hace 3 años en Colombia y el personal ehhe que tiene mmm bastantes capacidades o técnicamente preparados son menores de 28 años y son bastante flexibles en su forma de trabajar o por decirlo en otras palabras no son apegados de alguna manera a la regla si no les gusta ingeniar nuevas formas de trabajar, por lo tanto ehhe en particular recursos humanos busca acomodarse para tener a dicho personal calificado contento dentro de la empresa”</p>	<p>en construir un receptor modelo que presenta los rasgos más singulares de los jóvenes: gusto por las novedades, búsqueda de identidad, vitalidad, nuevos lenguajes, tendencia a la solidaridad con los pares, en donde han sido los mismos jóvenes el objetivo privilegiado de la enunciación mediática contemporánea, usando un discurso que proyecta una figura del joven estereotipada y atractiva que acaba siendo asumida por la sociedad (Pérez, 2000).</p>
<b>IDENTIDAD</b>	<p>“La mayoría de empleados o los que se encuentran dentro de la operación, con operación me refiero a los que están involucrados con la parte técnica de la misión de la empresa conocen perfectamente por qué o para que trabajamos y todo esto tiene que ver con un fin social ehhe esto es bastante o parte de la motivación de cada uno de los que conformamos esta empresa ya</p>	<p>A partir del fragmento anterior se puede identificar que en organizaciones multinacionales como Azteca es relevante hacer uso de factores culturales para incursionar en el mercado local y ser atractivos para los sujetos trabajadores del país en el cual tienen un interés económico o lucrativo.</p> <p>En este orden de ideas, el consumo ha dejado de ser visto como un</p>



	<p>que el aporte de azteca en gran parte se dedica a suplir servicios de internet y telefonía a aquella población en estado de vulnerabilidad en distintos municipios del país...”</p>	<p>proceso meramente económico y utilitario, para ser conceptualizado como un proceso social que implica símbolos y signos culturales como un elemento importante en la construcción simbólica de las identidades y diferencias individuales y colectivas (Boccock, 1993; Bourdieu; 1990; 1998).</p>
<p><b>INNOVACIÓN &amp; VELOCIDAD</b></p>	<p>“me imagino que pooorque los jóvenes mmm son sinónimos de o se entiende son más cercanos a la tecnología pueden aportar más, traer nuevas ideas, no solo para sus actividades sino para mejorar el servicio de azteca lo cual me imagino, que ayuda ehhhh aaaah que sea una mejor empresa”</p> <p>“Ahhh ok eh hh en lo referente a la tecnología creería yo que una de las estrategias que utiliza azteca es que nuestras principales herramientas de trabajo tiene que ver con este tema ya que a pesar de que tenemos un puesto fijo nos</p>	<p>Con respecto a los fragmentos anteriores es posible inferir que los jóvenes en esta organización son vistos de alguna manera como sinónimo de tecnología, pues pueden desarrollar el conocimiento o nuevas ideas a través de la misma, además es posible determinar la importancia que tiene la tecnología en esta organización, ya que permite que a los sujetos mayor cierta movilidad en sus puestos de trabajo.</p> <p>(Moraleta 2014) menciona en este aspecto que el proceso de globalización junto con distintas manifestaciones juvenilizadoras, pueden hegemonizar el mercado global, de tal forma que tome algunas características juveniles, como por ejemplo la innovación,</p>

	<p>facilitan elementos como portátiles celulares o tablet's que nos permiten mayor movilidad y que podamos realizar nuestras labores en cualquier lugar así no sea dentro de las oficinas.”</p>	<p>entendiéndose esta como una posible forma, de modificar los procesos organizacionales, por medio de la integración tecnológica suscitando mayor eficiencia o efectividad, además de generar mejor capacidad de adaptación frente a distintos cambios que se presenten en el entorno competitivo de las organizaciones.</p>
ESTETICA	<p>“Ehh pues creería que es bastante importante que la empresa muestre una buena imagen pues ya que al final según su posicionamiento frente a otras empresas permite que tengan una mejor rentabilidad y reconocimiento, pero a su vez quedarse con los mejores profesionales garantizan parte de éxito frente a su principal competencia.”</p> <p>“Mmmm digo que garantizan parte del éxito porque también la empresa necesita mostrarse como un buen lugar de trabajo para nuevos talentos, mantener los trabajadores que ya se</p>	<p>De acuerdo a los fragmentos anteriores, se puede evidenciar que la imagen es un elemento fundamental para esta organización ya que podría generar beneficios frente a organizaciones que serían su competencia directa en distintos aspectos, además la imagen permite mostrarse atractiva a sujetos que quieran hacer parte de ella, puede que la imagen permita que los sujetos sientan seguridad y bienestar de la organización en la cual trabajan.</p> <p>En este sentido ( Sendagorta 2004) menciona que ciertos aspectos que guardan relación con la estética y pueden ser utilizados por</p>

	<p>encuentra en ella y mostrarse atractiva tanto para los clientes principales aahhh sin olvidar también a los nuevos clientes.”</p>	<p>organizaciones trasnacionales, ya que debido a la globalización, estas con frecuencia fomentan el desarrollo de lo estético en los sujetos que hacen parte de las mismas, para probablemente suscitar la cultura corporativa el liderazgo y la competitividad, de esta manera los aspectos estéticos se convierten en símbolos de juvenilización, que al parecer es una de las claves más importantes para generar un buen clima organizacional y motivación dentro de las mismas.</p>
--	--	---

 <b>Universidad Piloto de Colombia</b> UN ESPACIO PARA LA EVOLUCIÓN	FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS	PROGRAMA DE PSICOLOGÍA	JUVENILIZACIÓN DE LAS PRÁCTICAS LABORALES EN LAS ORGANIZACIONES
FECHA: ABRIL 8 DE 2015	ASESOR GERMAN CORTES	NOMBRES: IVAN AGUILERA ZAIDA NARANJO VIVIANA SOTELO	MATRIZ POR CATEGORIAS ENTREVISTA SUJETO N°4

CATEGORIA	FRAGMENTO	ANALISIS
LENGUAJE	<p>“Bueno dentro de la organización hay una comunicación no muy formal por que la mayoría son jóvenes, en este área en específico por ejemplo tenemos una comunicación informal claro está que todo dentro de la línea del respeto y el buen trato, así mismo la comunicación con los concursantes que vienen a participar suele moverse en esos dos aspectos ya que se manejan aspectos específicos de procedimientos en los cuales se debe tener conocimiento a nivel jurídico por ejemplo...mmm a nivel formal en cuanto a los requisitos para participar en algún concurso... principalmente es muy fluida... aquí la comunicación es muy flexible ya que la mayoría</p>	<p>En el fragmento anterior se puede notar que existe dentro de la organización un tipo de comunicación formal y no formal, siendo la ultima la que más predomina dentro de las dinámicas de la organización, pero también se deja claro el uso de la comunicación referente a asuntos específicos por ejemplo en el aspecto jurídico o requisitos para participar en algún concurso de los que ofrece la organización. Otras características que se mencionan de la comunicación en esta organización es que es fluida, flexible, dice que es como un lenguaje propio el cual es cercano, cómodo que les ha ayudado a mejorar el ambiente de trabajo.</p> <p>Schvarstein (2002) menciona que es así como en la organización se comienza a gestar y manifestar</p>

	<p>somos jóvenes.. y pues como jóvenes nos entendemos en nuestro lenguaje cotidiano en el trabajo, en ningún momento este tipo de comunicación informal ha afectado la labores que se realizan en la oficina. Es más creo que esto nos ha ayudado a mejorar el ambiente de trabajo dentro de la misma oficina, porque no es tan evidente una subordinación en la que se hable de señor, señora, doctor... doctora, para nada, la comunicación aquí es muy fluida, se puede decir que tenemos un propio lenguaje interno....muy cercano, cómodo, flexible se podría decir, es como...mmm como si fuera un tipo de familia por decirlo de alguna manera.”</p>	<p>algunas formas de dirección para los diferentes procesos que tiene la misma, por medio de los procesos de comunicación, pareciera que existiera un lenguaje particular y característico en cada organización con el cual ejercen el control necesario para buscar un tipo de sujeto trabajador y finalmente cumplir con objetivos de particular interés de la misma, obviando de momento la multidimensionalidad del sujeto trabajador.</p> <p>Es claro como en esta organización se ha manifestado una dirección a través de la forma de comunicación que manejan, moviéndose de lo formal a lo no formal debido a que la mayoría son jóvenes, generando más afinidad en el ambiente de trabajo, lo cual podría generar sistemáticamente un tipo de control que finalmente lleve a que se realicen determinadas actividades de alguna forma en específico. De esta forma se cumplan también los objetivos que tiene la organización dentro de sus diferentes áreas.</p>
--	---	---

<p><b>IDENTIDAD</b></p>	<p>“Bueno.... Teniendo en cuenta que en las diferentes áreas misionales de la organización, tu puedes preguntar y la mayoría son artistas, por ejemplo tu entras a la oficina de música y puedes encontrar que alguien encargado de un tema es músico, sea por que cante o porque toque un instrumento musical, de igual forma en literatura o danza..... la mayoría son artistas, entonces.....es esto mmm... esto permite que cada quien se sienta más integrado con la labor que realiza porque de cierta forma es como si trabajara para el mismo por decirlo de alguna manera, la persona está trabajando para fortalecer, promover... difundir bueno muchas cosas más por un sector tal vez, y seguramente es así, al cual perteneció, por lo tanto hace que tenga una identificación muy arraigada que provoca que el trabajo se desarrolle mejor gracias a este</p>	<p>Un aspecto importante mencionado según el fragmento anterior es que la identidad con la organización por parte de los trabajadores radica en su ejercicio como artista, lo cual permite que se cree ese sentido de pertenencia con la labor que desarrolla dentro de la organización, además de crear un lazo más familiar entre los demás trabajadores y más cercano con quienes se acercan a la organización por algún servicio de los que ésta presta a la comunidad. Dicha identificación provoca que los trabajadores se puedan expresar mejor, de tal forma que al final se puedan desarrollar los procesos con una excelente dinámica y puedan generar mejores resultados. (Schvarstein 1992) señala en este sentido que lo determinado como la identidad de las organizaciones define las formas de vínculo en las relaciones entre sus integrantes; advierte además que por medio de las tecnologías en uso, se transforma la realidad que incide en los procesos de la adjudicación de roles de los sujetos es así como se concibe una acción</p>
-------------------------	---	--

	<p>detalle”</p> <p>“... entonces al sentirse la gente muy cercana al trabajo que realizan, la identidad que se da indudablemente se nota, por ejemplo por que pueden tener más empatía con aquellas personas que quieren participar en algún concurso, ya que se estará hablando de músico a músico, de bailarín a bailarín en fin..... mas cercanía, mas familiaridad, mas afinidad causa que se pueda realizar más cosas y con muy buenos resultados, de otra forma cada quien puede ser quien es... expresarse con más confianza que al final provoca que se rompa la barrera de la formalidad cuadriculada y los procesos sean más dinámicos y fluyan más rápido y con mejores resultados.</p>	<p>organizada y homogénea en el marco de la heterogeneidad de sus componentes.</p> <p>Conforme a lo anterior se hace necesario mencionar que en articulación con la identidad frente a la organización, se puede articular con el uso de la tecnología que provocara cambios en los procesos y en los roles que desempeñan los trabajadores.</p>
--	--	--

<p><b>INNOVACION Y VELOCIDAD</b></p>	<p>Ahora el uso de la tecnología en estos tiempos es de suma importancia, primero porque hace que muchos procesos sean más rápidos... tú lo puedes ver... hoy en día todo mundo tiene una Smartphone... un correo, eehh la tecnología está inmersa por todo lado incluso en nuestras casas.... Por eso que la empresa que sea haga uso de ésta es de manera provechosa desde el inicio, primero en el sentido que se mejora la comunicación, algunos procedimientos se pueden hacer más fáciles e incluso por que no... se puede ahorrar mucho tiempo teniendo la tecnología como aliada... se llega más rápido al mercado, se llega a muchas personas... ósea es una excelente herramienta que dándole el uso adecuado y articulándola muy bien puede generar un impacto muy grande para la empresa...</p>	<p>De acuerdo al fragmento se puede dar cuenta que la tecnología es muy importante en las organizaciones, ya que les permite que se realicen procesos con mayor rapidez, además que puede ayudar a mejorar la comunicación, puede hacer que algunos procedimientos se realicen de una forma más fácil y así ahorrar tiempo de trabajo. Finalmente la tecnología como un instrumento innovador permite según el fragmento poder llegar más rápido al mercado, a las personas y hacer que el impacto de la organización sea mayor.</p> <p>También el fragmento habla de cómo aprovechando algunas características de los jóvenes se puede lograr la innovación dentro de la organización y tener buenos resultados y mejora en los procedimientos que se realicen en la organización.</p> <p>(Moraleda, 2014) menciona que es posible que las organizaciones pretendan afrontar este continuo proceso de globalización acentuando su desarrollo en la innovación,</p>
--	---	---



		entendiendo esta como la capacidad para transformar los procesos empresariales haciendo de la misma una herramienta integrada, que fomente el crecimiento organizacional en todos los aspectos que la conforman. Incluso la tecnología al parecer es empleada como medio que permite realizar distintas labores organizacionales además de transformar y reinventar las maneras en las que se llevan a cabo las inversiones de las compañías.
<b>ESTÉTICA</b>	<p>“Yo creo que esto es muy importante porque en principio esto hace que los trabajadores desarrollen mejor sus actividades, si se dice que algo es atractivo es porque tiene algunas características, cualidades que lo diferencia de los demás y por eso llama la atención, de igual forma el hecho que una organización sea llamativa o atractiva para sus empleados es un indicador que, no es una empresa del común... si, que hace las cosas de una</p>	<p>Lo mencionado en el fragmento indica que es importante el hecho que una organización sea llamativa, atractiva para sus empleados, ya que en cierta medida se logra que los trabajadores se identifiquen con la organización y quieran estar allí, siendo así que la misma tenga la posibilidad de elegir quienes podrán hacer parte de ella, con lo cual se podrían mejorar aspectos de calidad.</p> <p>En este sentido (Sendagorta, 2004) menciona que ciertos aspectos que guardan relación con la estética y</p>

	<p>forma diferente, además la gente se puede identificar con algunas de las cosas que hace la organización y esto provoca que quieran ser parte de eso. Además de esto creo que también se puede garantizar mejor la calidad por que la organización tendrá la opción de elegir muchas personas con muchas cualidades que necesita y que se acoplan a lo diferente que hace la organización.”</p>	<p>pueden ser utilizados por organizaciones trasnacionales, ya que debido a la globalización, estas con frecuencia fomentan el desarrollo de lo estético en los sujetos que hacen parte de las mismas, para probablemente suscitar la cultura corporativa el liderazgo y la competitividad, de esta manera los aspectos estéticos se convierten en símbolos de juvenilización, que al parecer es una de las claves más importantes para generar un buen clima organizacional y motivación dentro de las mismas.</p>
--	---	---

### Referencias bibliográficas

- Ahumada L., (2001). Teoría y cambio en las organizaciones: Un acercamiento desde los modelos de aprendizaje organizacional. Valparaíso: Universitarias de Valparaíso.
- Ardévol E., y Bertrán M., Callén M., y Pérez C., (2003). Etnografía virtualizada: la observación participante y la entrevista semiestructurada en línea. *Athenea Digital*, 3, 72-92. Disponible en: <http://antalya.uab.es/athenea/num3/ardevol.pdf>.
- Argyris C., (2003). Entrevista a Chris Argyris (por Woodell, V). *Organización Diario Desarrollo*, 21, N° 2; página 67.
- Barbero J., (2002). Jóvenes: comunicación e identidad. *Pensar Iberoamérica*. México: Estudios Culturales en la Era del Ciberespacio.
- Barbero J., (1998). Jóvenes: des-orden cultural y palimpsestos de identidad.
- Baritz H., (1960). Los Siervos de potencia. Una historia del uso de las Ciencias Sociales en la industria americana Westport, Connecticut: Greenwood. (Original en Ingles 1960).
- Bocock R., (1993). *El Consumo*. Madrid, España: Ediciones Talasa, 1era Edición.
- Bonilla, E. y Rodríguez, P. (1997) *Más allá de los métodos, la investigación en ciencias sociales*. 3ra edición, Bogotá, Colombia: Ediciones Uniandes.
- Bourdieu P., (1990). *Sociología y cultura*. México D.F, México: Ediciones Grijalbo, 1era. Edición.
- Bourdieu P., (1998). *La Distinción*. Madrid, España: Editorial Taurus, 2da Edición.
- Boyer R., y Freyssenet M., (2001). *Los modelos productivos*. Buenos Aires, Argentina: Lumen Humanitas, Traducción: Irene Brousse

- Brooks K., (2003). *Nothing sells like teen spirit: la mercantilización de la cultura juvenil*. En Ma- llan, Kerry; Pearce, Sharyn (2003): *Culturas Jóvenes. Texto, imágenes e identidades*. Westport: Praeger. (Original en inglés 2003)
- Burrell G., (1998). *Paradigmas sociológicos y análisis organizacional*. Inglaterra: Publishing Company, Reprinted 1998.
- Cabuya L., A. (1999). *La gestión humana: algunos elementos para su análisis*. Innovar. Bogotá, Colombia: *Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, Universidad Nacional de Colombia, (14), 137-151.
- Camejo R., (2005). *Ética en las relaciones laborales en tiempos de globalización*. Madrid, España: *Nómadas revista crítica de ciencias sociales y jurídicas*, Universidad Complutense.
- Camejo R., (2008). *Globalización Tecnología de la información y flexibilidad laboral*. Madrid, España: *Nómadas revista crítica de ciencias sociales y jurídicas*, Universidad Complutense.
- Cárdenas M., E. (1999). *Colombia: un sindicalismo errante tantea su futuro*. Bogotá, Colombia: Arango, L. G. y López C. M. *Globalización, Apertura Económica y Relaciones Industriales en América Latina (Comp.)*. Bogotá: Centro de Estudios Sociales, CES, Universidad Nacional de Colombia.
- Castells M., (1997). *La era de la información: economía sociedad y cultura. Vol. 1. La sociedad red*. Madrid, España: Alianza.
- Castells M., (2001). *La galaxia internet: Reflexiones sobre el internet, empresa y sociedad*. Barcelona, España: Plaza y Janés.
- Dávila C., (2001). *Teorías Organizacionales y Administrativas*. Bogotá, Colombia: *Enfoque Crítico* (pp. 215-224) Mc Graw Hill.

- Díaz L., (1998). *Psicología del Trabajo y las Organizaciones. Concepto, Historia y Método*, Luis Díaz Vilela, Departamento de Psicología Cognitiva, Social y Organizacional Universidad de La Laguna La Laguna, Noviembre, 1998.
- Etzioni A., (1994) *Organizaciones modernas*. New Jersey, United States of America: Prentice Hall, Inc.
- Feixa P., (1998). “La Ciudad Invisible. Territorio de las Culturas Juveniles”, Bogotá, Colombia: en Cubides Humberto J. et al, “Viviendo a Toda”, Jóvenes territorios culturales y nuevas sensibilidades. Bogotá, UC, 1998 83-109
- Foucault M., (1980) *Microfísica del poder*. Madrid, España: Editorial Edissá
- Foucault M., (1981) *Un Diálogo Sobre el Poder y Otras Conversaciones*. Madrid: Alianza Editorial. 1981. p.15
- Gadamel H., (1993) *Verdad y Método I, Fundamentos de una hermenéutica filosófica*. Trad. Ana A. Aparicio y Rafael de Agapito. 5 Ed. Salamanca: Sígueme, 1993
- García Canclini., N. (2007) *De cómo la interculturalidad global debilita al relativismo*. Recuperado el 3 de septiembre de 2012, de [Http://nestorgarciacanclini.net/hibridacion-e-interculturalidad/71fragmento-de-como-la-interculturalidad-global-debilita-al-relativismo](http://nestorgarciacanclini.net/hibridacion-e-interculturalidad/71fragmento-de-como-la-interculturalidad-global-debilita-al-relativismo).
- Gonzales F., (2006). *Investigación Cualitativa y Subjetividad*.Gautemala: Tinta y papel.
- Hammersley M., y Atkinson, P. (1995). *Etnografía: principios en la práctica* (2nd ed.). New York: Routledge.
- Hobsbawm E., (2003). *Historia del Siglo XX 1914-1991*. Barcelona, España: Crítica.
- Ibarra E., y Montaña, L. (1997) *Mito y poder en las organizaciones. Un Análisis Crítico de la Teoría de la Organización*. Segunda edición. México: Editorial Trillas. 1987. p. 75

- Kalmanovitz S., (2001). Las instituciones y el desarrollo económico en Colombia. Cali, Colombia: Editorial Norma
- Kalmanovitz S., (2010). Bogotá, Colombia: Diario El Espectador 20 de junio de 2010
- Klein N., (2007). La doctrina del Shock. EEUU: Editorial Paidós
- Maffesoli M., (1990). El tiempo de las tribus. Barcelona, España: Icaria.
- Malvezzi, S. (2002). La formación del emprendedor. Documento presentado en el seminario La Sociedad del Conocimiento y la Gestión por Competencias. Colombia: Universidad del Valle, Cali.
- Margulis M., y Urresti, M. (1998). La construcción social de la condición de juventud.
- Matus M., (2005). De la Blondie a Bellavista: dos aproximaciones a los rituales del consumo juvenil nocturno. Chile: CEME Centro de Estudios Miguel Enríquez-Archivo
- Mendoza J., M. (1996). Antioquía, Colombia: Competitividad y estrategias competitivas: el reto para Colombia. Tecnología Administrativa. Revista del Departamento de Ciencias Administrativas de la Universidad de Antioquia, X (22), 13-56.
- Martínez, Corredor, y Herazo (2006). Bogotá: Negocios Internacionales Estrategias Globales. Universidad Santo Tomas Editorial y publicaciones.
- Moraleda A., (2014) Universia Business Review, N° 1, Primer trimestre, 2014, pp. 128-136. Portal universia S.A. Madrid, España.
- Muñoz G., (1998). «Consumos culturales y nuevas sensibilidades». En *Viviendo a toda. Jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades*. Bogotá: Cubides, H. et al (eds.). 194-240. Universidad Central-Siglo del Hombre Editores.
- Osgerby B., (2004). Medios y Juventud. Londres: Routledge

- Parker I., (1994a). *Discourse Dynamics*. Londres: En E. Bamister (Ed.), *Qualitative methods in psychology*, Routledge. (pp. 91-107).
- Parker I., (1994). *Discourse and power*. Londres: En: J. Shotter & K. Gergen (Eds.), *Texts of Identity*, Sage. (pp. 57-59).
- Parker I., (1997). *Discursive Psychology*. Londres: En D. Fox. & I. Prilleltensky (Eds), *Critical Psychology. An Introduction*, Sage. (pp. 284-298).
- Pedroza F., y Villalobos, G. (2006). Entre la modernidad y la postmodernidad: juventud y educación superior. Venezuela: En revista *Educere*, vol. 10, núm. 34, pp. 405-414, Universidad de los Andes Venezuela.
- Pérez J., (2000). El ansia de identidad juvenil y la educación. Del individualismo mediático contemporáneo y las estrategias educativas. Barcelona, España: *Anuario de Psicología* 2000 vol. 31 N° 2. 59-71, Facultad de psicología Universidad de Barcelona.
- Pichón R., (1975). *El proceso grupal: Del psicoanálisis a la psicología social (I)*. Argentina: Ediciones Nueva Visión
- Pulido H., C. (2004). *En Búsqueda De Una Psicología Crítica En Los Ámbitos Laborales*: University Of Western Sydney, Pontificia Universidad Javeriana.
- Quijano A., (2000). *Colonialidad del poder, Globalización y Democracia*.
- Schvarstein L., (1992). *Psicología social de las organizaciones*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Schvarstein L., (2002). *La inteligencia social de las organizaciones*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Serrano J., (1998). «“Somos el extremo de las cosas” o pistas para comprender culturas juveniles hoy». En *Viviendo a toda. Jóvenes, territorios culturales y nuevas*

*sensibilidades*. Cubides, H. *et al* (eds.). 241-260. Bogotá Colombia: Universidad Central-Siglo del Hombre Editores.

Serrano J., (2002) Ni lo mismo ni lo otro. La singularidad de lo juvenil. Bogotá, Colombia: Revista nómadas, 16, pp. 10-27

Sendagorta E., (2004) El afecto a la empresa. Madrid, España: Ediciones internacionales universitarias. p. 174

Stiglitz J, (2002). El descontento con la Globalización

Valenzuela J., (2003). Los Estudios Culturales en México. México CNCA- FCE

UNCTAD (2005a), World Investment Report 2005: Transnational Corporations and Internalization of I&D, United Nations, Ginebra, Suiza.

Wallerstein I., (1988). El capitalismo Histórico. Madrid, España: Siglo XXI De España editores, S.A.

Wallerstein I., (1997). El futuro de la civilización capitalista. Barcelona, España: Editorial Icaria.